



Universiteit Utrecht



Afstudeeronderzoek

Goederenuitleverpunten de oplossing voor binnenstedelijke problemen?

*Een haalbaarheidsonderzoek onder winkeliers
en consumenten in de Utrechtse binnenstad*

Rapport | Utrecht, 28 juli 2010

Titelblad

Titel	Goederenuitleverpunten de oplossing voor binnenstedelijke problemen? <i>Een haalbaarheidsonderzoek onder winkeliers en consumenten in de Utrechtse binnenstad</i>
Auteur	Jasper de Vries
Adres	Enny Vredelaan 135 3584 ZD Utrecht
Telefoon	06-46246142
E-mail	j.devries@xtnt.nl jasperdevries@hotmail.com
Studentnummer	0421472
Bedrijf	XTNT Experts in Traffic and Transport
Adres	Sint Jacobstraat 16 Postbus 51 3500 AB Utrecht
Telefoon	030-2398060
<u>Begeleider</u>	<u>Jan-Willem Grotenhuis</u>
Telefoon	030-2398078 06-16170116
E-mail	jw.grotenhuis@xtnt.nl
Opleiding	Master Economische Geografie
Faculteit	Geowetenschappen
Instelling	Universiteit Utrecht
<u>Begeleider</u>	<u>Ton van Rietbergen</u>
Adres	Heidelberglaan 2 3584 CS Utrecht Kamer 613
Telefoon	030-2534530
E-mail	t.vanrietbergen@geo.uu.nl
Opdrachtgever	Gemeente Utrecht
Afdeling	Stadsontwikkeling, afdeling verkeer en vervoer
Adres	Ravellaan 96 Postbus 8406 3503 RK Utrecht Gebouw 1, kamer 9.10
<u>Contactpersoon I</u>	<u>Marijn Kik</u>
Telefoon	030-2863745
E-mail	marijn.kik@utrecht.nl
<u>Contactpersoon II</u>	<u>Mark Degenkamp</u>





Voorwoord

Voor u ligt mijn afstudeerscriptie als afsluiting van mijn master Economische Geografie aan de Universiteit Utrecht. Het betreft een haalbaarheidsonderzoek naar goederenuitleverpunten (GUP's) in Utrecht en is in opdracht van de gemeente Utrecht uitgevoerd bij verkeerskundig adviesbureau XTNT Experts in Traffic and Transport in Utrecht.

Al mijn gehele leven ben ik geïnteresseerd in verkeer en vervoer. Tijdens mijn studie heb ik dit aspect dan ook in zo veel mogelijk vakken laten terugkomen. Ook heb ik mijn bachelorthesis geschreven over de mogelijke ruimtelijke effecten van de toekomstige tramlijn tussen Utrecht Centraal en de Uithof. Tijdens mijn master Economische Geografie besloot ik mijn afstudeerstage/scriptie wederom te koppelen aan verkeer en vervoer.

Ik heb met veel plezier gewerkt aan deze afstudeerscriptie, ondanks dat de periode van 8 maanden waarin ik aan dit ene project heb gewerkt, nogal lang was. Ik denk dat ik een compleet beeld van de haalbaarheid van het GUP in Utrecht heb kunnen schetsen, zowel aan de kant van winkeliers als consumenten. Het was erg leerzaam een dergelijk groot project alleen uit te voeren.

Daarnaast heb ik veel opgestoken van mijn stage bij XTNT, waar ik de scriptie in zijn geheel heb geschreven. Ik heb tijdens de stage mee kunnen draaien in de organisatie. Dit heeft mij inzicht gegeven in bijvoorbeeld het belang van offertes, houding naar opdrachtgevers, de interne manier van samenwerken en financiën. De samenwerking met XTNT is vanaf dag één goed bevallen en het is mij gedurende de stage nog duidelijker geworden dat ik ook wilde werken in het verkeer en vervoer. Ik ben dan ook erg blij dat ik vanaf 1 september 2010 bij XTNT aan de slag ga als junior adviseur.

Tot slot wil ik nog een hele rits aan mensen bedanken die op de één of andere manier hebben bijgedragen aan het afronden van mijn stage. Dit zijn ten eerste de tien winkeliers die bereid waren mee te werken aan een interview. Daarnaast wil ik Walther Ploos van Amstel en Birgit Hendriks bedanken die mij erg hartelijk hebben ontvangen en mij in een vroeg stadium van het onderzoek veel informatie hebben gegeven. Flip, Michiel en Martin wil ik bedanken voor het helpen bij het enquêteren. Naast de enquêteurs van Studentenwerk hebben zij vrijwillig een belangrijke bijdrage geleverd aan het grote aantal respondenten. Flip heeft mij met zijn GIS-kennis daarnaast ook goed geholpen met het maken van de spreidingskaarten.

Vanaf het eerste moment heb ik de samenwerking met de gemeente Utrecht erg plezierig gevonden. Daarvoor wil ik mijn opdrachtgevers Mark Degenkamp en vooral Marijn Kik bedanken. Ook Ton van Rietbergen wil ik als begeleider vanuit de Universiteit bedanken voor een fijne samenwerking. Tijdens de verschillende afspraken hebben we goede discussies gevoerd over het onderwerp en heeft hij mijn stukken voorzien van inhoudelijke feedback.

De meeste dank ben ik verschuldigd aan mijn collega's bij XTNT. De warme ontvangst maakte mij al snel duidelijk dat ik in een leuke omgeving terecht was gekomen. De interesse in mijn onderzoek en de gezelligheid op de werkvloer hebben mij echt verder geholpen bij het afstuderen. Speciale dank gaat uit naar Laura van Rijsewijk, die als redacteur mijn werk meerdere malen van feedback heeft voorzien. Mijn grootste dank gaat uit naar mijn begeleider Jan-Willem Grotenhuis. Van zijn kritische en coachende manier van begeleiden heb ik erg veel geleerd. Hij heeft me geprobeerd uit te dagen en mij daarmee verder geholpen.

Veel leesplezier!

Jasper de Vries
Utrecht, juli 2010





Summary

Merchandise Pick-up Points the solution for inner-city problems? A feasibility study into consumers and retailers in the city centre of Utrecht

Inner cities are the most lively and complex parts of a city. Consumers, retailers, residents, the municipality and other actors meet each other in the city centre. For this reason city centres are attractive, but they also accompany several problems. These problems can be explained by the tension between retailers and consumers in the city centre. One of the main goals of shopkeepers is presenting an attractive shop to the consumers. This requires a frequent provision of the shops, in an effective and comfortable way for the suppliers. On the other hand, consumers feel comfortable in a vital city centre without the nuisance caused by the provision of shops. In extent to this, a high level of (car) accessibility is important for them. For retailers, such a vital city is also desirable, but this can be conflicting with their other interests which were mentioned above.

The city centre of Utrecht has to do with such problems too. The municipality of Utrecht attempts to dissolve these with innovative logistics concepts. One of them is the so called *'Merchandise Pick-up Point'* (*'GUP'* or *'goederenuitleverpunt'* in Dutch). The most important motives for the possible implementation of this concept in Utrecht are the improvement of the air quality in the city and the improvement of the vitality of the city centre as mentioned before. Both are important goals of the municipality in the near future.

This study examines the feasibility of the GUP through the following central research question:

In which form is a Merchandise Pick-up Point feasible in Utrecht?

The study is based on an extensive deskresearch and 10 interviews with relevant shopkeepers from the city centre of Utrecht and 365 surveys with consumers in the city centre. This gives an overview of the feasibility of the GUP concept in Utrecht and in what form the GUP would be the most appropriate for both consumers and retailers.

GUP's ensure a decrease in freight transport in the inner city of Utrecht. In the future, it will be possible for retailers to receive the goods at a suburban location (a GUP's). An advantage for them is that they are, for example, less tied to their inner city expensive storage space. A possible advantage for consumers, is that they can park their car at the GUP and travel to the city centre by public transport. In this way they are not forced to take *'cumbersome goods'* directly with them, but they can return to the same GUP and pick up the goods there.

A prerequisite for the success of the concept is a major change in the consumers and retailers behaviour. In their habitual behaviour they both fall back on previous positive experiences and thereby develop routines. This study examines to what extent the retailers and consumers are willing to modify their behaviour, so that GUP use in Utrecht can be feasible. Despite of the opportunities of the GUP, the conditions in Utrecht do not seem very favourable. The reason for this, is that the number of stores that sell cumbersome goods is low. The number of consumers that come to the city centre to buy these goods is also low.



For retailers, it seems that the GUP is not a concept they've all been waiting for because in general, retailers have no major problems with the urban distribution. The various problems they face are not that striking for them that they need to make big changes. The biggest problems for them have to do with the flexibility of the distribution and the accessibility of the city centre. For the retailers, a bundling of goods is already a useful solution to these problems, which is easier to implement than the whole GUP-concept. Consumers also benefit from this, because of the reduction of the number of truck movements in the city centre.

Consumers are in general moderately positive about the GUP and the possible use of the concept. But if and how they actually will make use of the concept is difficult to predict. There are different kinds of consumers who are a potentially interesting target group. Consumers who come from the province of Utrecht and use the city centre for shopping as a regional centre have a relatively high interest in using a GUP in the future. The current users of the P+R facilities are most positive in their opinion about the GUP. They are already very pleased with the current P+R facility and are used to use it every time when they go shopping in Utrecht. If a GUP arises at a current P+R location, these consumers seem an easy target group to persuade into using the GUP. This is for them a relatively small step. Funshoppers, who generally come from further afield and especially the residents of the city of Utrecht seem less interested and suitable for potential GUP use.

Although reducing car use is a main goal of the concept, it is difficult to tempt car users to use the GUP. Only 9 percent of the shoppers in the city centre of Utrecht is travelling by car. Thereby, only a small percentage of them would agree to change their behaviour and stop parking their car in the city centre. Most of the car users are not even willing to use a current P+R facility in Utrecht, so it would be naive to expect them to use a GUP in the future.

In the context of this study, the difference between the so called '*choice travelers*' and the '*captives*' is also relevant. The choice travelers make separate transport choices for every trip they want to make, while the captives stick to their routines. Only the first group, regardless of their preferable mode of transportation, is therefore truly open to behavioral change and is potentially willing to use the GUP in the future. The captives are much more difficult to persuade into potential GUP use.

When testing the GUP-concept, the most relevant thing to do would be to focus on the bundling aspect of the concept. This is much more simple to implement than the whole concept. Also, experiences from the past have learned us that it is useful to start with building confidence in a small group of retailers which are truly interested. If successful, positive spillovers to other retailers can provide an extension of the concept. If the concept is established on a current P+R facility, consumers can also adjust their behaviour gradually in the direction of the use of the GUP.



Inhoudsopgave

Titelblad	3
Voorwoord	5
Summary	7
1. Inleiding	11
1.1 Aanleiding en doel	11
1.2 Onderzoeksvraag, deelvragen en onderzoeksopzet	12
1.3 Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie	13
1.4 Indeling van deze studie	13
2. Goederenuitleverpunt (GUP)	15
2.1 Wat is het GUP-concept?	15
2.2 Voordelen van een GUP voor winkelier en consument	17
3. De winkelier	19
3.1 Stedelijke distributie	19
3.2 Structuur stedelijke distributie	21
3.3 Problemen	23
3.4 Oplossingen	26
3.5 Deelconclusie	28
4. De consument	31
4.1 Consumentengedrag	31
4.2 Winkelgedrag	32
4.3 Reisgedrag	34
4.4 Gedragsverandering	37
4.5 Deelconclusie	38
5. De binnenstad van Utrecht	41
5.1 Onderzoeksgebied	41
5.2 Theorie	42
5.3 Winkels in de Utrechtse binnenstad	42
5.4 Stedelijke distributie in de Utrechtse binnenstad	44
5.5 Winkelend publiek in de Utrechtse binnenstad	47
5.6 Vervoerswijzen en P+R-locaties	49
5.7 Deelconclusie	54
6. Methodologie	57
6.1 Onderzoeksopzet	57
6.2 Theorie	57
6.3 Winkelier	58
6.4 Consument	64



7.	Winkeliers en het GUP	71
7.1	Gegevens winkeliers	71
7.2	Gegevens stedelijke distributie	72
7.3	Tevredenheid stedelijke distributie	74
7.4	Verbeterpunten nieuwe stedelijke distributie	77
7.5	GUP	79
7.6	Deelconclusie	81
8.	Consumenten en het GUP	85
8.1	Gegevens respondenten	85
8.2	GUP-gebruik	89
8.3	Reisgedrag en GUP-gebruik	95
8.4	Deelconclusie	101
9.	Conclusie & aanbevelingen	103
9.1	Haalbaarheid GUP	103
9.2	Aanbevelingen	106
10.	Literatuur	109
11.	Bijlagen	113
11.1	Oplossingen van de stedelijke distributieproblematiek	113
11.2	Interview winkeliers	116
11.3	Uitgewerkte interviews winkelier	118
11.4	Uitgewerkte expertinterviews	156
11.5	Enquête consumenten	166
11.6	Kaarten	173
11.7	Statistische toetsing	177
	Colofon	179



1. Inleiding

In binnensteden vinden op een relatief klein oppervlak veel verschillende activiteiten plaats. Dit is een kwaliteit, maar ook een probleem van binnensteden. Zo worden er dagelijks veel verschillende vervoersstromen naar de binnenstad getrokken. Deze vervoersstromen zijn nodig om de binnenstad aantrekkelijk en vitaal te houden, maar zorgen er tegelijkertijd ook voor dat de binnenstad aan aantrekkingskracht verliest. Een schaarste aan beschikbare parkeerplaatsen, hoge parkeertarieven en overlast van vrachtverkeer zijn enkele voorbeelden van factoren waardoor een binnenstad minder aantrekkelijk kan worden.

In deze studie wordt gekeken naar goederenuitleverpunten (GUP's). Dit zijn volgens Schoemaker en Dasburg-Tromp (2009) veelal buiten de binnenstad gelegen locaties, niet zijnde de winkel van aankoop of het distributiecentrum van herkomst, waar consumenten en bedrijven hun goederen kunnen afhalen. Het GUP is een innovatief logistiek concept dat als direct doel heeft om zowel het personen- als goederenvervoer naar de binnenstad in te perken om zo de luchtkwaliteit en vitaliteit van de binnenstad te verbeteren. In deze studie wordt vanuit het perspectief van de Utrechtse winkelier en consument gekeken naar de haalbaarheid van het GUP in Utrecht. De gemeente Utrecht hoopt dat de binnenstad in de toekomst haar voordeel zal halen uit de komst van dit concept.

1.1 Aanleiding en doel

Aanleiding

De directe aanleiding voor deze verkenning naar de haalbaarheid van GUP's in Utrecht is dat de gemeente Utrecht de luchtkwaliteit in de stad en de vitaliteit van de Utrechtse binnenstad wil verbeteren.

De luchtkwaliteit in Utrecht is net als in veel andere steden voor verbetering vatbaar. In 2008 is het *'Actieplan Luchtkwaliteit'* opgesteld. Hierin stelt de gemeente Utrecht dat heel Utrecht in 2015 moet voldoen aan de verplichte normen voor luchtkwaliteit. Hiertoe wordt ingezet op duurzame mobiliteit. Zo moet er meer worden gereisd met het openbaar vervoer en de fiets om op die manier een deel van het autoverkeer op te vangen. Ook wordt eind 2010 het *'Actieplan Goederenvervoer'* uitgebracht met daarin plannen voor milieuvriendelijke vervoermiddelen en nieuwe bevoorradingsconcepten.

De vitaliteit van de Utrechtse binnenstad hangt nauw samen met de luchtkwaliteit. De gemeente stelt dat de leefbaarheid van de Utrechtse binnenstad op dit moment goed is, maar nog beter kan. Het GUP is één van de middelen die volgens CIVITAS MIMOSA (2009a) moet bijdragen aan het verbeteren van de luchtkwaliteit en de vitaliteit van de Utrechtse binnenstad. Dit concept moet namelijk gaan bijdragen aan een vermindering van het aantal auto- en vrachtautobewegingen van en naar de Utrechtse binnenstad. Om dit te bereiken is een gedragsverandering van zowel de consument als winkelier noodzakelijk.

Doel

Het doel van deze studie is het opstellen van een haalbaarheidsstudie naar GUP's in Utrecht. Hiertoe wordt gefocust op winkeliers aan de aanbodzijde en consumenten aan de vraagzijde van de binnenstad. Dit zijn namelijk de twee belangrijkste partijen die de detailhandel in de binnenstad mogelijk maken.



1.2 Onderzoeksvraag, deelvragen en onderzoekopzet

De volgende onderzoeksvraag staat centraal in deze studie:

In welke vorm zijn goederenuitleverpunten (GUP's) in Utrecht een haalbaar concept?

Bij het antwoord op de centrale onderzoeksvraag staan twee termen centraal: de haalbaarheid en de vorm van het GUP. Deze haalbaarheid komt naar voren in een analyse van het huidige gedrag van zowel winkeliers als consumenten en de bereidheid tot aanpassing van dit gedrag. De mate waarin zowel de winkeliers als consumenten bereid zijn tot het GUP-gebruik is namelijk een belangrijke factor bij deze haalbaarheid. Dit is het draagvlak voor het concept. Daarnaast is een GUP haalbaar als het een oplossing biedt voor de problemen van zowel de winkelier als de consument, en zijn er een aantal randvoorwaarden waaraan het concept moet voldoen. Met de vorm worden vooral locaties en manieren van gebruik van een GUP bedoeld. Omdat het een verkennende haalbaarheidsstudie betreft, wordt niet ingegaan op meer concrete zaken als kosten, exploitatie of het ruimtelijke ontwerp.

Om tot een antwoord op deze onderzoeksvraag te komen, wordt deze verder gespecificeerd aan de hand van een aantal deelvragen:

- *Welke factoren zijn van invloed op de houding van winkeliers in de Utrechtse binnenstad ten opzichte van de stedelijke distributie?*
- *In welke mate leent de stad Utrecht zich wat betreft de winkeliers voor het GUP-concept?*
- *Wat is de houding van consumenten ten opzichte van het GUP-concept?*
- *In welke mate leent de stad Utrecht zich wat betreft de consumenten voor het GUP-concept?*

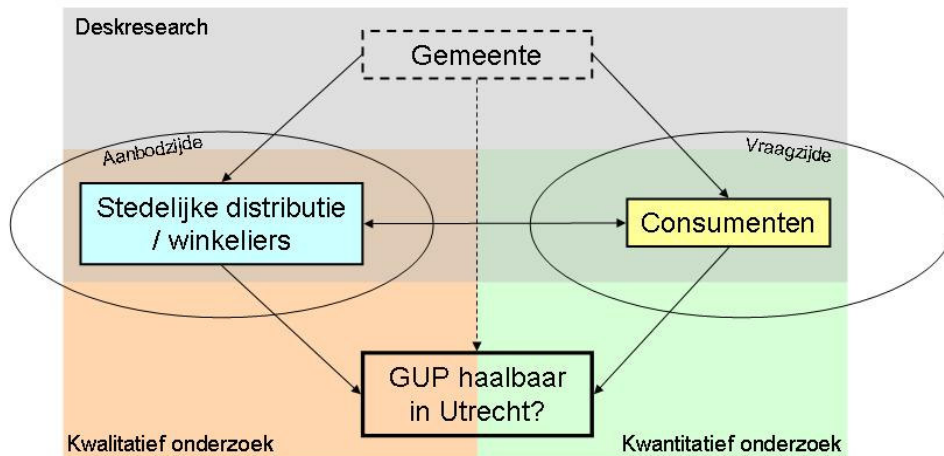
Figuur 1.1 op de volgende pagina geeft deze studie schematisch weer. Er wordt weergegeven dat de winkeliers aan de aanbodzijde en de consumenten aan de vraagzijde middels respectievelijk kwalitatief en kwantitatief onderzoek worden onderworpen aan empirisch onderzoek. Met behulp van dit empirisch onderzoek wordt een antwoord gegeven op de deelvragen.

Uit de figuur wordt echter ook duidelijk dat de basis voor deze studie wordt gelegd middels deskresearch. Hierbij staan een aantal subvragen centraal die ingaan op zowel de winkeliers, consumenten als binnenstad van Utrecht¹:

- 1) *Wat is stedelijke distributie en hoe steekt deze in elkaar?*
- 2) *Wat zijn de problemen van de winkeliers met de stedelijke distributie?*
- 3) *Wat zijn de oplossingen voor de problemen in de stedelijke distributie?*
- 4) *Wat zijn de belangrijkste kenmerken van het huidige winkelgedrag van het winkelende publiek in de Nederlandse binnensteden?*
- 5) *Wat zijn de belangrijkste kenmerken van het huidige reisgedrag van het winkelende publiek in de Nederlandse binnensteden?*
- 6) *Op welke manier kan een gedragsverandering in het winkel- en reisgedrag worden gerealiseerd?*
- 7) *Hoe ziet het winkelapparaat in de Utrechtse binnenstad eruit?*
- 8) *Hoe ziet de stedelijke distributie in de Utrechtse binnenstad eruit?*
- 9) *Wie komen er winkelen in de Utrechtse binnenstad en wat zijn hun kenmerken en vervoerswijzen?*

¹ Subvraag 1 t/m 3: winkeliers, subvraag 4 t/m 6: consumenten, subvraag 7 t/m 9: binnenstad van Utrecht.





Figuur 1.1: Conceptueel model

1.3 Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie

Maatschappelijk

Het GUP heeft als direct doel om zowel het personen- als goederenvervoer naar een binnenstad in te perken. Door het beïnvloeden van de mobiliteit wordt zodoende geprobeerd verschillende binnenstedelijke problemen op te lossen. Daarbij moet het concept zorgen voor een verbetering van de luchtkwaliteit en vitaliteit van de binnenstad. Het gaat in deze studie om een relevante case voor de stad Utrecht, waar men concrete plannen heeft voor de implementatie van een GUP. Zowel de gemeente, winkelier, vervoerder en consument kunnen in de toekomst profijt hebben van het concept, waartoe deze studie een eerste opzet is.

Wetenschappelijk

De haalbaarheid van het GUP in Utrecht wordt in deze studie bekeken door de wetenschappelijke visie van stedelijke distributie en consumentengedrag te combineren met zowel een kwalitatief als kwantitatief empirisch onderzoek in Utrecht. Het realiseren en laten slagen van een innovatief concept als het GUP heeft volgens Hendriks (2010) veel tijd nodig. Deze studie biedt een brede wetenschappelijke basis, die bij de eventuele implementatie van het concept kan worden toegepast. Een groot deel van de kennis die met deze multidisciplinaire studie wordt opgedaan, kan in de toekomst ook geïmplementeerd worden bij onderzoek naar GUP's in andere steden.

1.4 Indeling van deze studie

Na deze inleiding wordt het GUP-concept in hoofdstuk 2 nader toegelicht. Vervolgens is de deskresearch van deze studie terug te vinden in hoofdstuk 3 tot en met 5. Hierin staat hoofdstuk 3 in het teken van de winkelier, hoofdstuk 4 in het teken van de consument en hoofdstuk 5 in het teken van de Utrechtse binnenstad. De methodologie van het empirische onderdeel van deze studie wordt nader toegelicht in hoofdstuk 6. Vervolgens komt het empirische onderzoek zelf aan bod. Het kwalitatieve onderzoek onder de winkeliers wordt uitgewerkt in hoofdstuk 7 en het kwantitatieve onderzoek onder de consumenten in hoofdstuk 8. De onderzoeksvraag wordt ten slotte beantwoordt in de conclusie in hoofdstuk 9.





2. Goederenuitleverpunt (GUP)

In dit hoofdstuk wordt het GUP-concept in paragraaf 2.1 kort uiteengezet en komen de mogelijke voordelen voor zowel de winkelier als de consument in paragraaf 2.2 aan bod.

2.1 Wat is het GUP-concept?

Goederenuitleverpunten (GUP's) zijn volgens Schoemaker en Dasburg-Tromp (2009) veelal buiten de binnenstad gelegen locaties, niet zijnde de winkel van aankoop of het distributiecentrum van herkomst, waar consumenten en bedrijven hun goederen kunnen afhalen.

Wel stellen zij dat het een nieuw en vrij breed begrip is. Er zijn volgens hen dan ook vier verschillende GUP's te onderscheiden. Tabel 2.1 geeft hiervan een kort overzicht.

Soort GUP	Kenmerken	Enkele voordelen
Uitgiftepunt voor bedrijfsleven met buitendienst	Afhaalpunt voor monteurs waar zij bijvoorbeeld onderdelen kunnen ophalen. Dicht bij huis of bij de klant.	Minder voertuigbewegingen van monteurs omdat zij minder van en naar het hoofdkantoor of magazijn reizen.
Uitgiftepunt voor ondernemers in winkelgebied	Afhaalpunt voor winkeliers waar zij goederen kunnen ophalen die daar door distributeurs zijn afgeleverd.	Onder andere minder vrachtautobewegingen in binnenstad, bundeling, minder opslag in binnenstad.
Uitgiftepunt voor consumenten als alternatief voor thuisbezorging	Afhaalpunt op strategische, goed bereikbare punten in bijvoorbeeld woonwijk of supermarkt waar consumenten op internet gekochte goederen op ieder gewenst tijdstip kunnen ophalen.	Onder andere minder vrachtwagenkilometers, minder uitstoot, efficiencyvoordelen voor zowel klant als vervoerder, kostenbesparingen, minder vrachtverkeer in woonwijk.
Uitgiftepunt voor de consument als binnenstadbezoeker	Afhaalpunt op strategische locaties aan de rand van de stad, bijvoorbeeld op een P&R-locatie, waar consumenten hun in de binnenstad gekochte goederen kunnen ophalen.	Onder andere minder personen- en vrachtauto's in de binnenstad, minder uitstoot en verbetering leefklimaat in de binnenstad, gemak voor consument.

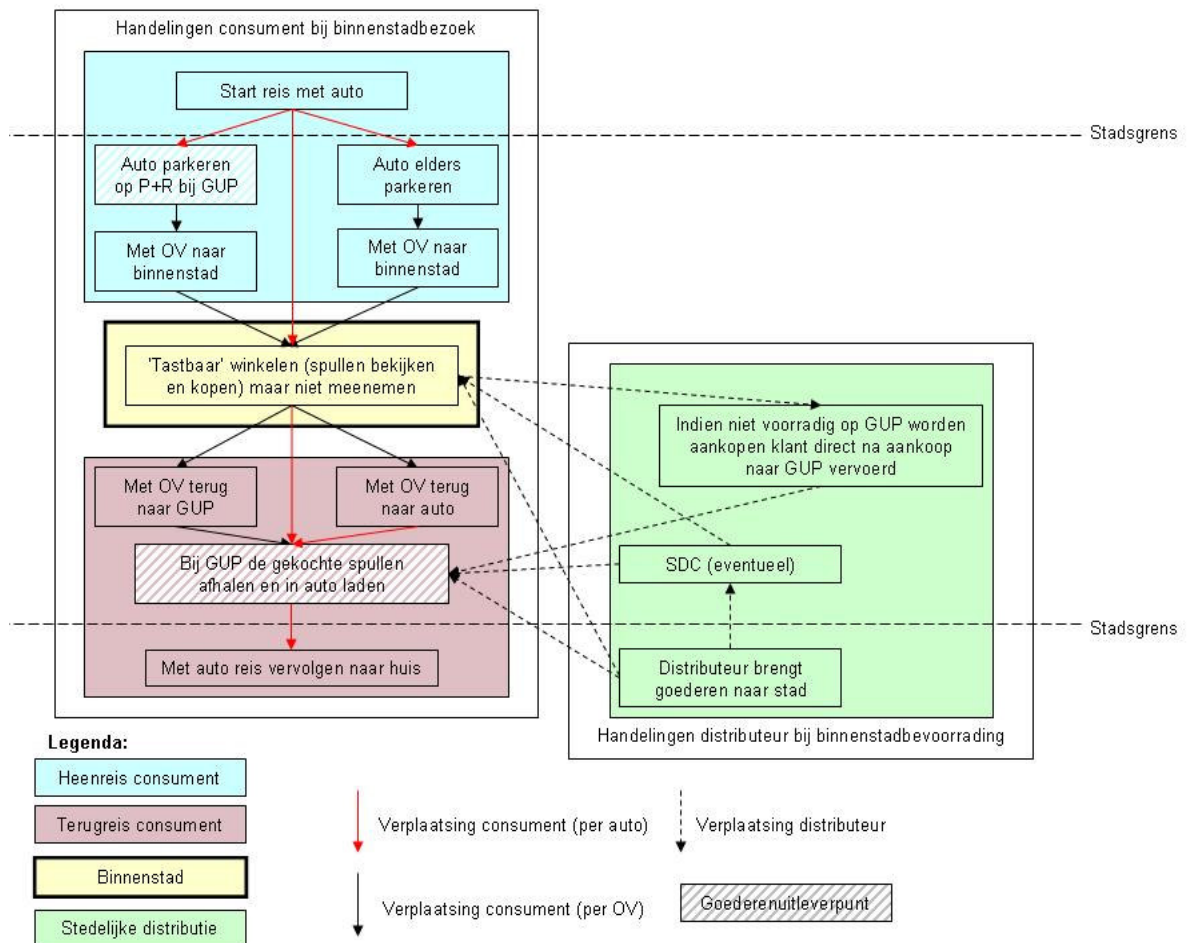
Tabel 2.1: Verschillende soorten GUP's (Schoemaker & Dasburg-Tromp, 2009)

Het GUP dat in deze studie centraal staat, is het *'uitgiftepunt voor de consument als binnenstadbezoeker'* dat als vierde wordt genoemd in tabel 2.1. Met dergelijke GUP's is nog nauwelijks ervaring. De *'uitgiftepunten voor consumenten als alternatief voor thuisbezorging'* zijn wel al op verschillende plaatsen in Nederland operationeel in de vorm van een automatische kluisenwand of baliefunctie. Het *'uitgiftepunt voor de consument als binnenstadbezoeker'* verschilt echter wezenlijk van dergelijke uitgiftepunten.



Hierbij is het namelijk de bedoeling dat consumenten hun in de binnenstad gekochte goederen op een locatie buiten de stad kunnen ophalen. Hierbij wordt de consument de noodzaak ontnomen in de binnenstad en in de directe nabijheid van de winkels te parkeren of met de aankopen te sjouwen. Dit kan vooral bij 'moeilijk hanteerbare goederen'², erg vervelend zijn. De winkeliers kunnen daarnaast ook een deel van hun voorraad bij het GUP laten afleveren zodat er voor hen een minder grote voorraad in de binnenstad noodzakelijk is en het aantal vrachtautobewegingen van en naar de binnenstad vermindert.

Figuur 2.2 geeft schematisch weer hoe deze GUP voor de consument als binnenstadbezoeker mogelijk in zijn werk gaat. Hierbij zijn verschillende mogelijkheden weergegeven waarbij het GUP in één van de gevallen op een P+R-terrein is gevestigd. Hendriks (2010) geeft aan dat dit de ideale locatie is voor een dergelijk concept. De combinatie van personen- en goederenvervoer zorgt volgens haar voor een veel hogere slagingskans van het concept. Omdat consumenten op het P+R-terrein kunnen parkeren wordt ook het aantal autobewegingen van en naar de binnenstad op deze manier vermindert.



Figuur 2.2: Schematisch weergave werking GUP

² In deze studie veelvoorkomende term waarmee goederen worden bedoeld die voor de consument lastig te vervoeren zijn, zoals grote, breekbare of zware goederen.



2.2 Voordelen van een GUP voor winkelier en consument

Het GUP-concept dat in deze studie centraal staat lijkt het meest op het Stadsopslag en Ophaal Punt (STOP) wat Hemmer (2001) beschrijft. Ook dit concept probeert het 'dubbele vervoer' te ondervangen. Hiermee wordt bedoeld dat alle goederen door de distributeurs eerst de binnenstad in gebracht worden en er vervolgens door de consument weer uitgehaald worden. Het aantal vrachtautobewegingen naar het centrum wordt hierdoor beperkt; een deel van de goederen wordt afgeleverd bij het STOP. Consumenten blijven net als bij het GUP gewoon in de stad winkelen, met alle voordelen van dien. Als een consument besluit een moeilijk hanteerbare aankoop te doen, krijgt de consument de aankoop niet direct mee, maar slechts een afhaalbon. Vervolgens kunnen de consumenten de aangekochte artikelen bij een centraal magazijn afhalen. De locatie hiervan is buiten het stadscentrum, bijvoorbeeld in een woonwijk of langs belangrijke uitvalswegen van de steden. Hier worden de aangekochte goederen net zolang bewaard tot de klant ze komt afhalen. In tabel 2.3 volgt een overzicht van de voordelen van een STOP (of GUP).

Betrokken partij	Voordelen
Consument	Vergroting comfort, geen noodzakelijke parkeerproblemen in binnenstad, verhogen recreatieve vermogen tijdens winkelen
Bewoner	Verbetering leefklimaat; minder verkeer en parkeerdruk, minder overlast door bevoorrading omdat deel direct naar STOP wordt gebracht
Winkelier	Beperking logistieke kosten, mogelijk groter vloeroppervlak door reductie magazijnoppervlak, extra service mogelijk, vermindering overlast laden en lossen voor winkel en minder kans op teleurstellen van klanten
Vervoerder	Hogere efficiëntie; vermindering transport naar binnenstad, tijdswinning, toename leveringsbetrouwbaarheid en omzeiling venstertijden
Gemeente	Verbetering leefklimaat binnenstad, behoefte aan inefficiënte parkeervoorzieningen in binnenstad daalt, verhoging gebruik openbaar vervoer, benadrukken recreatieve functie binnenstad, hogere diversiteit winkelaanbod

Tabel 2.3: Voordelen GUP (Hemmer, 2001)

Tabel 2.3 laat zien dat een STOP (of GUP) voor de winkelier grote voordelen met zich meebrengt. Daarnaast werken ook veel van de voordelen bij de overige betrokken partijen indirect door op de winkelier. Zo is het ook voor de winkeliers belangrijk dat de consumenten tevreden zijn. Het GUP-concept draagt daaraan bij omdat consumenten niet langer met de auto naar de binnenstad hoeven te komen als er bijvoorbeeld moeilijk hanteerbare goederen worden gekocht. Het comfort wordt verhoogd en het winkelen wordt plezieriger. Daarnaast werkt de vervoerder in veel gevallen in opdracht van de winkelier. De vervoerder is dan slechts de uitvoerende partij waardoor ook de winkelier profiteert van de voordelen van de vervoerder uit figuur 2.3.

Toch lijken er ook enkele nadelen aan het GUP te kleven. Zo moet de consument volgens Hemmer (2001) een extra stop maken (bij het uitgiftepunt) tijdens zijn verplaatsing en moeten de winkeliers hun voorraad verdelen over twee locaties: de winkel in de binnenstad en het GUP.





3. De winkelier

Dit hoofdstuk richt zich op de aanbodzijde van de binnenstad: op de winkelier. De focus van dit hoofdstuk ligt allereerst bij de theorie aangaande de stedelijke distributie. Daarmee wordt de basis gelegd voor het empirisch onderdeel van deze studie, waarbij vanuit het oogpunt van de winkelier wordt ingegaan op de haalbaarheid van het GUP in Utrecht. Daarnaast wordt ingegaan op de invloed van de winkelier op de stedelijke distributie. Hierbij staan de volgende subvragen centraal:

- *Wat is stedelijke distributie en hoe steekt deze in elkaar?*
- *Wat zijn de problemen van de winkeliers met de stedelijke distributie?*
- *Wat zijn de oplossingen voor de problemen in de stedelijke distributie?*

3.1 Stedelijke distributie

Stedelijke distributie is onderdeel van de logistiek³ en kan kort worden omschreven middels onderstaande definitie:

"[Stedelijke distributie is] het noodzakelijke goederenvervoer dat (vooral) bestemd is voor winkeliers (detailhandel, midden- en kleinbedrijf, horeca, etc.) in de steden" (Hemmer, 2001, p.13).

Volgens Quak (2008) is deze stedelijke distributie essentieel voor het functioneren van de moderne stedelijke samenleving. Hemmer (2001) geeft dit belang van stedelijke distributie aan middels de stelling dat alle logistieke acties (inspanningen en kosten) hogerop in de keten voor niets zijn geweest als de stedelijke distributie niet goed functioneert. Daarbij komt dat alle waardetoevoeging die hogerop in de keten heeft plaatsgevonden uiteindelijk pas in de winkel tot realisatie komt. *"Pas in de winkel, in de confrontatie met de consument, vindt de logistieke keten zijn logistieke bekroning"* (Hemmer, 2001, p.13). De Commissie Stedelijke Distributie (2008a) verdeelt de stedelijke distributie in drie componenten: plaats, activiteit en betrokken partijen. In tabel 3.1 wordt een verdere invulling gegeven aan deze drie componenten.

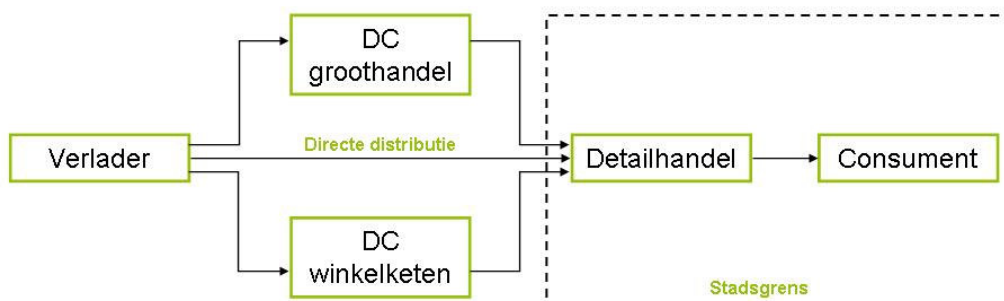
Component	Definitie component
Plaats	<ul style="list-style-type: none">• Binnenstad en kernwinkelgebieden buiten de binnenstad.
Activiteit	<ul style="list-style-type: none">• Distributie van goederen met transportmiddelen naar afnemers in de binnensteden en kernwinkelgebieden.• Ophalen of verzamelen van retourgoederen en emballage.• Inzamelen van bedrijfsafval.
Betrokken partijen	<ul style="list-style-type: none">• Leveranciers, verladers, vervoerders, winkels, horeca, kantoren en overige bedrijven in de binnenstad of een kernwinkelgebied.

Tabel 3.1: Componenten stedelijke distributie (Commissie Stedelijke Distributie, 2008a)

³ Logistiek is volgens Visser en Goor (1996) een breed begrip dat gaat over de organisatie, planning, besturing en uitvoering van de goederenstroom vanaf de ontwikkeling, via de producent naar de eindafnemer. Doel hierbij is om tegen lage kosten en kapitaalgebruik te voldoen aan de behoeften van de markt.



Tabel 3.1 laat zien dat er verschillende partijen betrokken zijn bij de stedelijke distributie. In deze studie ligt de focus op de winkels (detailhandel) en worden de horeca en kantoren buiten beschouwing gelaten. De leveranciers, verladers en vervoerders worden volgens Hendriks (2010) aangestuurd door deze winkels en zijn slechts de uitvoerende partijen. Ook volgens Hemmer (2001) is de leverancier lang niet altijd de regisserende partij. Juist bij de detailhandel ligt de regie in veel gevallen bij de winkelier. In de keten, die onderdeel is van de economische keten die zich uitstrekt van de productie tot de consument, staat de verlader aan het begin van de keten en de consument aan het eind. Deze consument verzorgt de vraag voor de goederen en de winkelier speelt hierop in, waarmee de keten in gang wordt gezet. Figuur 3.2 geeft een voorbeeld van een logistieke keten van de goederendistributie in de detailhandel.



Figuur 3.2: Logistieke keten goederendistributie voor detailhandel (Hemmer, 2001)

De logistieke keten uit figuur 3.2 vormt de schakel met de stedelijke distributie en speelt zich deels binnen de stadsgrenzen af. De weergegeven keten is de meest gangbare manier van stedelijke distributie op dit moment, volgens Hemmer (2001) ook wel het 'traditionele concept' genoemd. Dit concept kan kort worden samengevat in de volgende definitie:

“Goederen worden door een vervoerder naar de winkel gebracht, in een magazijn voor korte of langere tijd opgeslagen, in de winkel door de consument gekocht en door hem meegenomen naar huis” (Hemmer, 2001, p.24).

Het grootste nadeel van het traditionele concept is volgens Hemmer (2001) de grote overlast van de vele vrachtauto's voor zowel de bewoners, winkeliers als consumenten in de binnenstad. Het grootste voordeel is dat zowel de verladers als vervoerders tevreden zijn en dat de methode voor alle partijen kostentechnisch voordelig is. Hendriks (2010) voegt hieraan toe dat gewinning bij zowel de winkeliers als de vervoerders een grote rol speelt bij de tevredenheid met het traditionele concept: *“We doen dit toch al 40 jaar zo en het gaat toch goed?”* (Hendriks, 2010). Hierbij moet volgens Hemmer (2001) worden aangemerkt dat het concept wel geschikt is voor nagenoeg alle typen goederen, maar dat er echter slechts op beperkte schaal sprake kan zijn van bundeling, wat de overlast en kosten kan beperken. Bij bundeling moet worden gedacht aan één vrachtauto die de spullen voor meerdere winkels meeneemt, of de goederen bij meer dan één distributiecentrum ophaalt. Hierdoor wordt het aantal voertuigbewegingen van en naar het centrum beperkt.

Het laatste decennium heeft er een sterke groei plaatsgevonden in de stedelijke distributie. Volgens Rutten et al. (2006) is hiervoor een drietal hoofdoorzaken aan te geven: bestedingen, bedrijfsvoering in de detailhandel en het wegvervoer.

- Op het gebied van bestedingen heeft de sterk toegenomen welvaart in de afgelopen tien jaar ervoor gezorgd dat ook de vraag naar goederen in de detailhandel sterk is toegenomen.



- Daarnaast is de bedrijfsvoering in de detailhandel de afgelopen jaren gewijzigd. Omdat de consument steeds kieskeuriger is geworden, is een groter assortiment gewenst, wat weer zorgt voor een groter verkoopvloeroppervlak. Door deze ontwikkeling hebben veel winkels ervoor gekozen om hun voorraad in te krimpen, zodat de winkels frequenter bevoorraadt dienen te worden. Daarnaast is de bedrijfsvoering steeds verder veranderd richting het 'Just-In-Time'⁴ principe.
- De laatste oorzaak voor de sterke groei in de stedelijke distributie is het ontbreken van goede en grootschalige alternatieven voor het wegvervoer. Hierdoor zijn vrijwel alle goederenstromen op de weg aangewezen. Hemmer (2001) verwacht zelfs een groei van het aandeel wegvervoer in het stedelijke gebied met ongeveer 10 procent in de periode van 2000 tot 2020.

3.2 Structuur stedelijke distributie

3.2.1 Samenstelling

Quak (2010) stelt dat stedelijke distributie meer is dan alleen winkelbevoorrading. Ook het toenemende aantal thuisleveringen, bouwverkeer, bevoorrading voor de horeca, gemeentelijke diensten, servicegerelateerd verkeer en waardetransporten vallen hieronder. Als wordt gekeken naar de samenstelling van de stedelijke distributie zijn hier volgens Ploos van Amstel (2010) geen correcte en volledige cijfers over bekend. De bouwlogistiek is volgens hem verreweg de grootste stroom, gevolgd door de bevoorrading van de horeca en achtereenvolgens de bevoorrading van de grotere supermarkten, de bezorging van de pakjes en de bevoorrading van de kledingwinkels. De rij wordt afgesloten door de bevoorrading van de overige detailhandel, dit zijn dan ook maar één op de dertig bewegingen in de stedelijke distributie. De distributie van de binnenstedelijke winkels is dus slechts een zeer beperkte groep. In het vervolg van dit hoofdstuk ligt de focus echter toch vooral bij deze stedelijke distributie ten behoeve van de winkelbevoorrading. Dit is namelijk de distributie die zich het meest leent voor een GUP-concept dat in studie centraal staat.

DHV (2003) stelt dat de basis van berekeningen van goederenstromen ligt bij kengetallen. Dit zijn gegevens over verschillende type voorzieningen, waarmee op een globaal niveau het aantal zendingen per week per sector kan worden bepaald. Met behulp van deze kengetallen kan dus ook een indicatie worden gegeven van het aantal vrachtautobewegingen naar de binnensteden. In tabel 3.3 op de volgende pagina wordt het gemiddeld aantal zendingen per week per vestiging in de binnenstad weergegeven. Deze cijfers wijken wat af van de door Ploos van Amstel (2010) genoemde indicaties. DHV (2003) gebruikt een andere sectorverdeling en heeft het slechts over het aantal leveringen per winkel of per 100 m² verkoopvloeroppervlak (vvo), terwijl Ploos van Amstel (2010) ook het relatieve aantal winkels in de binnenstad betreft bij de cijfers. Bij beiden zijn de cijfers gebaseerd op gemiddelden en dus slechts een indicatie. Deze indicatie kan per binnenstad verschillen.

Wat meteen opvalt in de tabel is het hoge aantal leveringen aan supermarkten en warenhuizen. Door de relatief grote omvang van deze winkels komt het gemiddeld aantal leveringen per 100 m² vvo echter als laagste naar voren. Het verschil tussen deze twee cijfers is bij de voor deze studie relevante dagelijkse en overige detailhandel veel lager. Dit komt door de relatief kleine oppervlakte van deze winkels.

⁴ Logistieke methode waarbij de productie en leveringen zodanig op elkaar worden afgestemd dat de voorraden tot een minimum beperkt kunnen worden.



Sector	Aantal leveringen per week	Gemiddeld aantal leveringen per 100 m2 vvo per week
Supermarkten/warenhuizen	18,4	0,7
Dagelijkse detailhandel	7,3	6,3
Mode	5,2	2,3
Apparatuur/woninginrichting	4,6	1,6
Overige detailhandel	5,1	3,6
Horeca en entertainment	6,4	4,8
Dienstverlening en instellingen	5,6	4,6
Overige	3,1	1,8
Totaal	6,3	2,5

Tabel 3.3: Kengetallen detailhandel en horeca in de binnenstad (DHV, 2003)

Wat betreft de voertuigkeuze valt het volgens DHV (2003) ten slotte op dat slechts 6 procent van de leveringen in de binnensteden worden gedaan met een vrachtauto met oplegger of aanhanger. Er komen dus nauwelijks grote vrachtauto's in de Nederlandse binnensteden. De overige leveringen worden gelijkmatig verdeeld over kleine en grote bestelbusjes en kleine vrachtauto's. Dit zijn wederom gemiddelden, die niet specifiek voor een bepaalde binnenstad gelden.

3.2.2 Vorm

Buck Consultants International (2009) stelt dat de structuur van bevoorrading van binnensteden in drie segmenten is te verdelen; netwerkorganisaties, centrale distributie en incidentele distributie. Zoals in paragraaf 3.1 naar voren is gekomen, wordt deze structuur bepaald door de winkelier.

- De netwerkorganisaties hebben een groot aantal afleveradressen in een klein gebied. Vanuit een hub worden alle afnemers gebundeld geleverd. Per afleveradres worden op deze manier in de binnenstad relatief weinig voertuigkilometers geproduceerd. Deze distributie is erg efficiënt en wordt uitgevoerd door specialisten. Voorbeelden hiervan zijn TNT en DHL.
- In de centrale distributie zijn bedrijven opgenomen die landelijk werken. Een rit van de distributeur doet verschillende filialen aan; binnen één stad zijn dit vaak slechts een beperkt aantal adressen. In veel gevallen hebben de vrachtauto's bij deze distributie een hoge bezettingsgraad. De voertuigen veroorzaken echter wel veel voertuigkilometers per afleveradres in de binnenstad. Voorbeelden hiervan zijn HEMA en Blokker.
- De incidentele distributie is de restgroep van bedrijven die zich niet gespecialiseerd hebben in de bevoorrading van de binnensteden, maar wel regelmatig goederen afleveren. Deze rijden vaak met grote voertuigen met een relatief lage bezettingsgraad voor één zending de binnenstad in. De winkels die niet tot een keten behoren, wat kleiner zijn en/of geen regelmatige distributie behoeven, maken het meest gebruik van deze incidentele distributie.

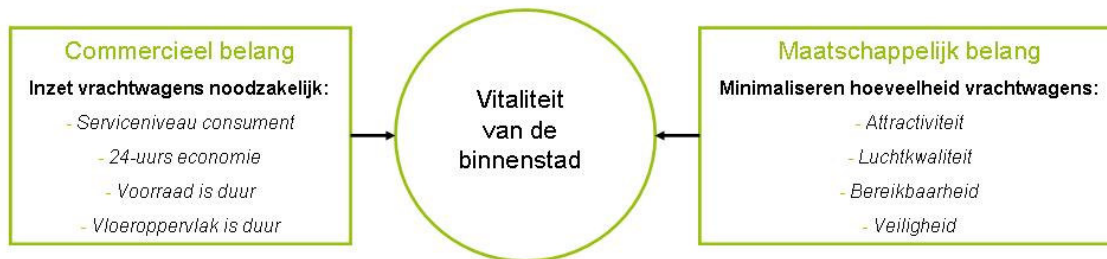
“Hoewel de incidentele distributie een beperkt aandeel van het gehele volume vormt, creëert het relatief gezien veel vervoersbewegingen. De incidentele distributie vormt dan ook een belangrijke aandachtsgroep bij het verbeteren van de stedelijke bevoorrading” (Buck Consultants International, 2009, p.15).



3.3 Problemen

De stedelijke distributie heeft een negatieve invloed op de kwaliteit van de leefomgeving van de binnenstad. Het heeft namelijk een negatief effect op drie kenmerken van duurzame ontwikkeling: het milieu, de economie en de maatschappij. Ook de Commissie Stedelijke Distributie (2008a) gaat op deze punten in en stelt dat het uitgangspunt van de problemen rond de stedelijke distributie de 'schijnbare tegenstelling' in de stedelijke distributie is. Hiermee wordt bedoeld dat de vitaliteit van de binnenstad, die ontstaat door de veelheid van functies op die locatie, in het geding komt door tegenstrijdige belangen. Iedere binnenstadgebruiker streeft naar een zo vitaal mogelijke leefomgeving. Omdat iedere gebruiker echter tegengestelde belangen heeft, leidt het gezamenlijk streven naar een zo vitaal mogelijke leefomgeving nogal eens tot tegenstellingen.

Vitaliteit is een mix tussen economische en maatschappelijke kenmerken. Figuur 3.4 laat zien waarom deze verschillende kenmerken door verschillende belangen niet altijd even goed samengaan. Er komt duidelijk naar voren dat het vanuit maatschappelijk belang noodzakelijk is het aantal vrachtauto's te minimaliseren, maar dat deze vanuit commercieel oogpunt juist noodzakelijk zijn.



Figuur 3.4: (Schijnbare) Tegenstelling stedelijke distributie (Commissie Stedelijke Distributie, 2008a)

Er zijn verschillende partijen die invloed hebben op deze schijnbare tegenstelling. Hemmer (2001) geeft exact aan wat de verschillende belangen zijn van de maar liefst acht partijen die betrokken zijn bij de stedelijke distributie. In tabel 3.5 op de volgende pagina zijn deze acht zowel publieke als private partijen en hun afzonderlijke belangen schematisch weergegeven.

De acht betrokken partijen uit tabel 3.5 kunnen worden ingedeeld in drie hoofdcategorieën te weten bedrijfsleven, maatschappelijk speelveld en overheden. Er is duidelijk waarneembaar dat de partijen uit het bedrijfsleven overwegend commerciële belangen hebben bij de stedelijke distributie. De winkeliers, maar ook de verladers en vervoerders houden daarbij weinig rekening met de vitaliteit. De partijen uit het maatschappelijk speelveld doen dit juist wel en de overheden streven naar een zo goed mogelijke afstelling tussen beiden.

De ontvanger (detailhandel), maar ook de verlader en vervoerder, zijn de partijen die de mogelijkheid hebben om invloed uit te oefenen op de manier waarop de stedelijke distributie plaatsvindt. Om tot veranderingen te komen in de distributie is samenwerking volgens de Commissie Stedelijke Distributie (2008a) noodzakelijk.

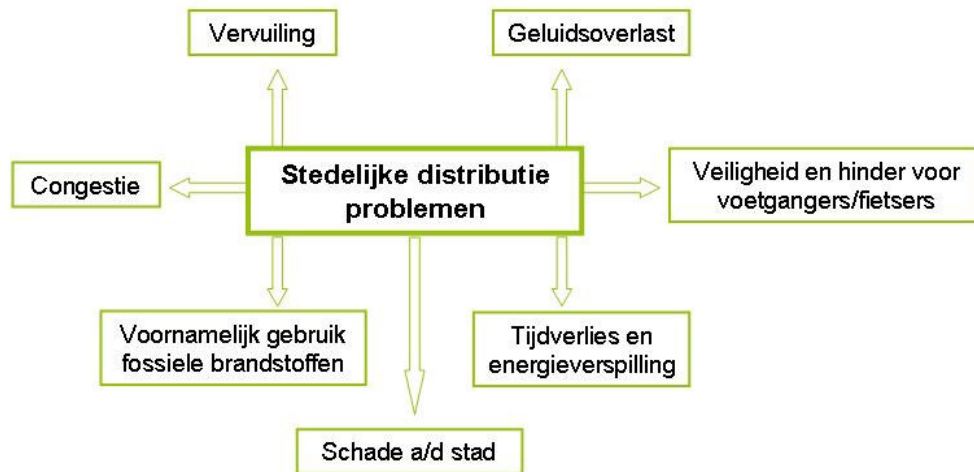


Betrokken partij	Belangrijkste belangen
Verladers (Bedrijfsleven)	<ul style="list-style-type: none"> Een zo efficiënt mogelijke bedrijfsvoering. Vervoer dat optimaal aansluit op het productieproces. Goede aan- en afvoer van goederen: goed bereikbare binnenstad op ieder moment van de dag.
Vervoerders (Bedrijfsleven)	<ul style="list-style-type: none"> Een goed bereikbare binnenstad op ieder moment van de dag. Een zo snel en goedkoop mogelijke distributie van goederen. Betrouwbaarheid bij het afleveren (ter bevordering van relatie met klant).
Detailhandels (Bedrijfsleven)	<ul style="list-style-type: none"> Een goed bereikbare winkel voor zowel distributeur als consument. Het optimaal en ongehinderd bedienen van de consument. Het snel en op tijd aangeleverd krijgen van de goederen, het liefst in de ochtend.
Bewoners (Maatschappelijk speelveld)	<ul style="list-style-type: none"> Leefbaarheid Goede bereikbaarheid per auto en openbaar vervoer. Aanwezigheid van voldoende voorzieningen. Zo min mogelijk overlast van het noodzakelijke vrachtverkeer.
Consumenten (Maatschappelijk speelveld)	<ul style="list-style-type: none"> Zelfde als bewoners, maar dan alleen tijdens de openingstijden van de winkels.
Lokale overheid (Overheden)	<ul style="list-style-type: none"> Sterke lokale economie en dito aantrekkingskracht van de stad. Tevredenheid alle gebruikers over leefbaarheid en bereikbaarheid. Het voor de gebruikers zo goed mogelijk afstemmen van deze leefbaarheid en bereikbaarheid middels regelgeving.
Centrale overheid (Overheden)	<ul style="list-style-type: none"> Een duurzame economische ontwikkeling met bereikbare en leefbare binnensteden. Verantwoordelijkheid voor vitaliteit economische centra. Nieuwe initiatieven die zowel bewoners, vervoerders als winkeliers dienen. Nieuwe initiatieven die voornamelijk door private partijen worden opgepikt.

Tabel 3.5: Tegenstrijdige belangen stedelijke distributie (Hemmer, 2001, Commissie Stedelijke Distributie, 2008a & Quak, 2010)

Hemmer (2001) stelt dat de problemen waarmee stedelijke distributie van goederen voornamelijk te maken heeft, liggen rond drie terreinen te weten bereikbaarheid, leefbaarheid en logistiek. Ook uit tabel 3.5 is waar te nemen dat veel bij de stedelijke distributie betrokken partijen, belang hebben bij een goede bereikbaarheid en/of leefbaarheid en/of logistiek. Het valt buiten de afbakening van deze studie om op alle problemen met de stedelijke distributie in te gaan. Het schema van Quispel en Schoemaker (2006) in figuur 3.6 geeft op de volgende pagina een beknopt overzicht van deze problemen.





Figuur 3.6: Problemen door stedelijke distributie (Quispel & Schoemaker, 2006)

Zoals eerder gesteld hebben de winkeliers volgens Hendriks (2010) over het algemeen niet zo'n groot probleem met de huidige stedelijke distributie. Toch heeft ook de detailhandel last van nagenoeg al deze problemen omdat de vitaliteit van de binnenstad in het algemeen daaronder te leiden heeft. Hier komt ook de 'schijnbare tegenstelling' in de stedelijke distributie weer bij kijken, iets wat indirect doorwerkt op de winkeliers. Schoemaker (2002) en Hendriks (2010) geven daarbij een aantal specifieke problemen op:

- Ten eerste perken de winkels, door de steeds verder toenemende concurrentie en de steeds veeleisender wordende consument, hun binnenstedelijke voorraad in. Dit zorgt weer voor meer distributie en een lagere bezettingsgraad van deze distributie. Hierdoor wordt de overlast voor zowel de winkelier als de binnenstad in het algemeen vergroot.
- Verder wordt iedere winkel door een apart distributieproces bevoorraad. Zo worden winkels van een bepaalde keten, zoals in paragraaf 3.2.2 al naar voren kwam onder de noemer centrale distributie, vaak in verschillende steden bevoorraad door één verplaatsingsketen van een vrachtauto. Het voor de winkeliers aantrekkelijke proces van bundeling wordt hierdoor tegengewerkt.
- Tot slot zijn bepaalde gangbare regelgevingen vanuit de gemeentelijke overheid die beperkingen stellen aan de distributeurs ook lastig voor winkeliers. Door venstertijden, beperkingen aan het 's nachts leveren of milieuzones wordt de distributie minder flexibel en dus ook voor de winkeliers lastiger of zelfs duurder.

Toch zijn de hierboven geschetste problemen voor de winkeliers ook volgens de Commissie Stedelijke Distributie (2008a) niet zo groot als ze in eerste instantie lijken. De winkelier, distributeur en consument hebben uiteindelijk toch allemaal hetzelfde doel; een zo vitaal mogelijke binnenstad waar de consument zo tevreden mogelijk is, wat weer zorgt voor goede zaken voor de winkelier en distributeur.

"En omdat klanten dat willen is 'schoon, veilig en zo min mogelijk' ook het belang van de verlader en winkelier" (Commissie Stedelijke Distributie, 2008a, p.5).



3.4 Oplossingen

3.4.1 Oplossingsrichtingen

Om de verslechterende omstandigheden in de steden voor goederendistributie op te vangen of in ieder geval te beperken, worden er steeds meer innovaties ontwikkeld die de problemen met het huidige traditionele concept moeten tegengaan. De verschillende partijen als winkeliers en vervoerders reageren in eerste instantie meestal defensief op veranderingen: er wordt standvastig vastgehouden aan het traditionele concept. Ook kosten ingrijpende veranderingen volgens Hemmer (2001) over het algemeen veel geld en zijn testperiodes noodzakelijk, wat ook voor veel terughoudendheid zorgt. Daarnaast zijn de nadelen van het traditionele concept voor de verschillende partijen blijkbaar nog niet zo groot dat verandering noodzakelijk is.

Hendriks (2010) benadrukt dat er rond de stedelijke distributie geen sprake is van één probleem met één oplossingsrichting. Ploos van Amstel (2010) en Quak (2010) pleiten daarbij voor oplossingen die bestaan uit een mix van logistieke, technische en beleidsmatige innovaties, zoals figuur 3.7 ook laat zien. *“Bij het combineren van oplossingsrichtingen is het van belang dat de mix ook echt klopt en dat er geen zaken ontbreken. Helaas is dit laatste vaak wel het geval, waardoor ook goede oplossingen het lokale niveau soms niet ontstijgen”* (Quak, 2010, p.3).



Figuur 3.7: Drie oplossingsrichtingen stedelijke distributie (Quak, 2010)

Ondanks de hierboven beschreven complexiteit zijn er de afgelopen jaren enkele technische innovaties op het gebied van stedelijke distributie ontwikkeld, getest en zelfs toegepast in de praktijk. Bij deze technische innovaties wordt er volgens Quak (2008) veelal een nieuw logistiek concept ontwikkeld wat gepaard gaat met ingrijpende veranderingen in de techniek. Dit neemt echter niet weg dat er daarnaast goed moet worden gelet op de beleidsmatige inpasbaarheid en de logistiek die verderop in deze paragraaf nog aan bod komen.

Naast de meer ingewikkelde innovatieve logistieke concepten zijn er veel andere mogelijkheden die kunnen bijdragen aan het (gedeeltelijk) oplossen van de stedelijke distributieproblematiek. Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan overheidsmaatregelen. Deze maatregelen zijn vaak goedkoper, minder radicaal en simpeler toe te passen dan een technische innovatie, waardoor deze ook veel sneller worden getest of ingevoerd. Gemeentes passen dit soort maatregelen veelvuldig toe om de problemen met de stedelijke distributie te beperken. Venstertijden en milieuzones zijn een veelvoorkomende voorbeelden van beleidsmatige oplossingen.



Ook de derde oplossingsrichting uit figuur 3.7, de logistiek, is in combinatie met de andere twee noodzakelijk om tot een goed werkend nieuw logistiek concept te komen. Een goede logistiek zorgt er volgens Ploos van Amstel (2008) namelijk voor dat de gehele logistieke keten op elkaar is afgestemd en er niet alleen gekeken wordt naar de losse schakels in de goederenstroom. Bij een wijziging of verbetering van de logistiek biedt een logistiek concept de rode draad voor het plan. Het is hierbij noodzakelijk dat alle schakels worden meegenomen en goed op elkaar worden afgestemd.

Voor de winkelier is het logistieke concept bij de keuze tussen verschillende stedelijke distributiesystemen dus essentieel. Het concept begint altijd bij het opstellen of nagaan van de strategie van het bedrijf en is pas afgelopen als de kwaliteit van de logistieke prestaties door middel van kengetallen kunnen worden gevolgd. Daarbij is het dus van belang om een goede afstemming te vinden tussen de techniek, het beleid en de logistiek.

Quak (2008) noemt 106 innovatieve logistieke concepten, die echter voor het overgrote deel niet op grote schaal zijn gerealiseerd. Toch ontkent Quak (2010) de stelling dat er ondanks de vele aandacht weinig is bereikt. Ook in bijlage 11.1 wordt een overzicht gegeven van (potentiële) oplossingen van de stedelijke distributieproblematiek. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen de innovatieve logistieke concepten en de wat simpelere oplossingen zoals overheidsmaatregelen.

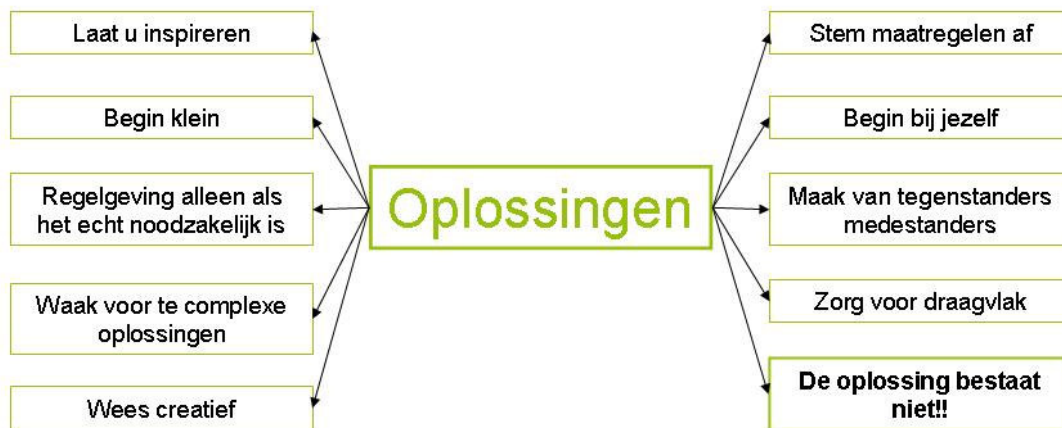
3.4.2 Randvoorwaarden oplossingen

Het is volgens Hendriks et al. (2009) belangrijk dat de oplossingen aan de ene kant een sterke mate van standaardisatie met zich meebrengen; het is financieel erg onaantrekkelijk als iedere stad een eigen plan ter verbetering van de stedelijke distributie maakt. Aan de andere kant moet een oplossing van het probleem wel aan de kenmerken van een stad zijn aan te passen, iedere stad is immers uniek. Hendriks (2010) voegt daar aan toe dat het noodzakelijk is dat alle betrokkenen volledig achter het concept moeten staan en dat vertrouwen erg belangrijk is. In de eerste fase van de implementatie van een nieuw logistiek concept in een stad moeten winkeliers niet overgehaald worden om mee te doen. De kans van slagen is veel groter als je in de opstartfase alleen winkels laat meedoen die echt vertrouwen hebben in de nieuwe manier van stedelijke distributie. Door middel van positieve *'spillovers'* wordt gedurende de tijd vertrouwen in een concept gekweekt en zullen anderen zich vanzelf aansluiten.

Zoals eerder gezegd is het volgens Hendriks (2010) lastig om winkeliers te overtuigen hun stedelijke distributie aan te passen. Er zijn voor hen vaak weinig redenen tot aanpassing; ze zijn tevreden met het huidige concept waarbij ze vastzitten in routines. Dit betekent volgens Boschma et al. (2002) dat bedrijven moeilijk van hun gewoontegedrag afwijken. Als dat toch gebeurt, gaat dit via een uitgebreid leer- en aanpassingsproces. Deze redenering is in tegenstelling tot de neoklassieke economen die stellen dat men telkens dezelfde (rationele) actie onderneemt om tot onafhankelijke en rationele keuzes te komen. Daarbij zou de winkelier op regelmatige basis het logistieke concept van de stedelijke distributie heroverwegen. De veel recenter ontwikkelde evolutionaire benadering stelt in een reactie daarop dat dergelijke rationele keuzeprocessen niet realistisch zijn en dat keuzes veel vaker zijn gebaseerd op (positieve) ervaringen en gewoontes.

Figuur 3.8 toont ten slotte tien algemene, door de Commissie Stedelijke Distributie (2008b) opgestelde tips, die kunnen helpen bij het oplossen van de stedelijke distributieproblematiek.





Figuur 3.8 : Tien tips voor oplossingen stedelijke distributieproblematiek (Commissie Stedelijke Distributie, 2008b)

3.5 Deelconclusie

In deze deelconclusie wordt kort antwoord gegeven op de drie deelvragen die in dit hoofdstuk centraal staan. De eerste deelvraag is:

- *Wat is stedelijke distributie en hoe steekt deze in elkaar?*

"[Stedelijke distributie is] het noodzakelijke goederenvervoer dat (vooral) bestemd is voor winkeliers (detailhandel, midden- en kleinbedrijf, horeca, etc.) in de steden" (Hemmer, 2001, p.13).

Het afgelopen decennium heeft een sterke groei plaatsgevonden in de stedelijke distributie. Veel verschillende partijen in de binnenstad hebben met stedelijke distributie te maken. De winkelier is hierbij een belangrijke partij, omdat hij in veel gevallen de aansturing verzorgt. Hierbij houdt de winkelier bij voorkeur vast aan het traditionele concept, van oudsher de meest gangbare manier van distributie.

Deze distributie voor de detailhandel is zeker niet de grootste stroom naar de binnenstad, er zijn veel grotere stromen distributie. Er zijn drie vormen van stedelijke distributie: netwerkorganisaties, centrale distributie en incidentele distributie. Hierbij veroorzaakt de incidentele distributie relatief de meeste voertuigbewegingen.

- *Wat zijn de problemen van de winkeliers met de stedelijke distributie?*

Door recente ontwikkelingen zijn winkeliers genoodzaakt hun binnenstedelijke voorraad in te perken. Iets wat voor hen nadelig uitwerkt op de stedelijke distributie omdat er frequenter leveringen gebracht moeten worden. De echte overlast van deze stedelijke distributie komt in veel gevallen echter terecht bij andere partijen dan de winkelier.



De *'schijnbare tegenstelling'* in de stedelijke distributie maakt een goede afstemming van de distributie uitermate lastig. De verschillende in de binnenstad aanwezige partijen hebben allemaal andere wensen en eisen waarbij de tegenstelling tussen het commercieel en maatschappelijk belang centraal staat. Bereikbaarheid, leefbaarheid en logistiek zijn hierbij de centrale termen.

- *Wat zijn de oplossingen voor de problemen in de stedelijke distributie?*

Innovatieve logistieke concepten in de stedelijke distributie hebben vaak veel maatschappelijke voordelen, maar gaan mis in de implementatie. Er is vaak niet één probleem met één oplossingsrichting waardoor oplossingen het best een combinatie kunnen zijn van technische, technische en logistieke innovaties.

Winkeliers geven in eerste instantie vaak de voorkeur aan het vertrouwde traditionele concept, een verandering is voor hen niet noodzakelijk. Daarom is het belangrijk dat alle betrokkenen echt achter een nieuw concept staan, wil het een kans van slagen hebben. Hiertoe dient in eerste instantie alleen te worden samengewerkt met enthousiaste winkeliers. Positieve spillovers van winkeliers moeten er dan voor zorgen dat steeds meer winkeliers afwijken van hun gewoontegedrag.





4. De consument

Dit hoofdstuk richt zich op de vraagzijde van de binnenstad: op de consument. Om in het empirisch onderdeel van deze studie vanuit het oogpunt van de consument in te kunnen gaan op de haalbaarheid van het GUP in Utrecht, wordt in dit hoofdstuk allereerst ingegaan op de theorie aangaande consumentengedrag waarbij de focus ligt bij het winkel- en reisgedrag. Hierbij staan de volgende subvragen centraal:

- *Wat zijn de belangrijkste kenmerken van het huidige winkelgedrag van het winkelende publiek in de Nederlandse binnensteden?*
- *Wat zijn de belangrijkste kenmerken van het huidige reisgedrag van het winkelende publiek in de Nederlandse binnensteden?*
- *Op welke manier kan een gedragsverandering in het winkel- en reisgedrag worden gerealiseerd?*

4.1 Consumentengedrag

Consumentengedrag is volgens Terpstra (2002) erg moeilijk voorspelbaar. Consumenten worden steeds grilliger, impulsiever, veranderlijker en vertonen steeds vaker individueel gedrag. Daarnaast is de opkomst van steeds meer samenlevingsvormen, het traditionele gezin komt steeds minder vaak voor, een belangrijke reden voor dit steeds minder voorspelbare gedrag. Volgens Spierings (2006) is de consument ook mobieler dan voorheen en dus bereid enige afstand af te leggen op zoek naar iets nieuws. Iets wat ook zorgt voor meer variatie in het (ruimtelijke) gedrag van de consument.

In deze studie wordt het consumentengedrag opgesplitst in twee onderdelen: het winkelgedrag en het reisgedrag naar de winkellocatie. Deze twee onderdelen komen in de volgende twee paragrafen aan bod. In deze paragraaf wordt het consumentengedrag allereerst uitgelegd op basis van de economische geografie. Hiervoor wordt de neoklassieke economie afgezet tegen de evolutionaire economie die reeds in het vorige hoofdstuk kort aan bod is gekomen. Deze theorie die zich in essentie leent voor bedrijven, wordt in dit hoofdstuk toegepast op de consument.

Volgens Boschma et al. (2002) is de rationele keuze het belangrijkste element van de neoklassieke economie. In het verleden ging men ervan uit dat consumenten zich voornamelijk op basis van deze rationele keuze gedroegen. Dit betekent concreet dat er rationele afwegingen van de kosten en de baten van elk alternatief worden gemaakt. *“Bij consumenten wordt dit voordeel uitgedrukt in nut en wordt gesproken van nutsmaximalisatie”* (Boschma et al. 2002, p. 36). Men tracht de gehele investering en de eventuele gevolgen te overzien om zo puur op zekerheid te handelen. Onzekerheid wordt volgens Boschma et al. (2002) maar heel beperkt meegenomen in de neoklassieke opvatting.

De evolutionaire economie moet vooral als reactie op de neoklassieke economie worden gezien. Deze recenter ontwikkelde evolutionaire benadering levert kritiek op deze alwetendheid van de consument. Al in de jaren '30 van de vorige eeuw werd volgens Boschma (2002) opgemerkt dat



men niet perfect kon reageren op veranderingen in de markt en dat het menselijk brein beperkingen had betreffende het vermogen om informatie op de juiste manier te verwerken. Deze begrensde rationaliteit is meteen ook het eerste kenmerk van de evolutionaire gedachten. Ook wordt verschillende informatie op een andere manier geïnterpreteerd; verschillende actoren beschikken niet over dezelfde kennis en ervaring. Men spreekt hierbij van een concept dat 'bounded rationality' wordt genoemd:

"Evolutionair economen stellen dat economische actoren weliswaar trachten te optimaliseren, maar dat zij doorgaans niet in staat zijn alle relevante informatie te verzamelen en te verwerken om tot een optimale keuze te komen" (Boschma et al. 2002, p. 38).

Een tweede begrip dat centraal staat bij de evolutionaire benadering zijn routines. De benadering onderkent volgens Boschma et al. (2002) daarmee het gegeven van het leer- en aanpassingsproces. Dit in tegenstelling tot de neoklassieke economen die stellen dat men tekens dezelfde actie onderneemt om tot onafhankelijke en rationele keuzes te komen. Een goed voorbeeld van routinematig consumentengedrag is het gegeven dat consumenten in veel gevallen producten kopen van een voor hen bekend en betrouwbaar merk. Gewoontegedrag en ervaring maken het voor de consument niet noodzakelijk alle varianten en merken uit te proberen alvorens een definitieve keuze te maken.

Een ander punt waarop de evolutionaire economie zich kenmerkt is volgens Boschma et al. (2002) de onomkeerbaarheid van historische processen. Kort gezegd gaat men er hierbij vanuit dat processen niet op dezelfde wijze teruggedraaid kunnen worden door elke genomen stap op exact dezelfde wijze in tegenovergestelde richting uit te voeren. Daarnaast zorgt de padafhankelijkheid, die voortkomt uit de onomkeerbare geschiedenis en de daarmee gepaard gaande en reeds behandelde routines, ervoor dat consumentengedrag voor een belangrijk deel afhankelijk is van zijn specifieke geschiedenis. Er wordt veelal voortgebouwd op kennis en ervaring die in het verleden zijn opgedaan. Daarnaast kunnen ook positieve spillovers van anderen invloed uitoefenen op het gedrag van consumenten.

4.2 Winkelgedrag

Iedereen vertoont ander gedrag als het gaat om winkelen. De één vindt het geweldig en neemt er alle tijd voor, de ander wil het winkelen tot het minimum beperken. Ook de locatie van het winkelen en beweegredenen daarvoor zijn voor iedereen anders.

Locatie

Als consumenten gaan winkelen, is het volgens Dennis (2005) moeilijk te voorspellen waar zij dat gaan doen. Ook het succes van winkelcentra is moeilijk te voorspellen. Consumenten zijn wel gevoelig voor het imago en de kwaliteit van winkelcentra; hoe aantrekkelijker een winkelcentrum, hoe meer consumenten er relatief uitgeven. De mate van aantrekkelijkheid voor de consumenten wordt bij ieder winkelcentrum echter door verschillende factoren bepaald. Zo kan het zijn dat consumenten graag naar een bepaald winkelcentrum gaan vanwege specifieke kwaliteiten, maar deze bij een ander winkelcentrum helemaal niet belangrijk vinden. In het onderzoek van Dennis (2005) naar Britse winkelcentra bleken in de top tien van factoren die door de consumenten zijn beoordeeld als positief, negen factoren niet direct met het winkelen te maken te hebben. Toch baseren de consumenten hun keuze voor een winkelgebied voornamelijk op deze factoren die voornamelijk gerelateerd zijn aan structuur, infrastructuur, service of beleving.



Volgens Timmermans (1979) ligt het ruimtelijk beslissingsproces ten grondslag aan het ruimtelijk koopgedrag. Psychologische factoren als perceptie, cognitie, preferentie, leerproces en houding staan hierbij centraal. Daarnaast komt de uit de centrale plaatsentheorie voortkomende functioneel-hiërarchische structuur van nederzettingen en winkelcentra in veel gevallen overeen met de behoeften van de consument. Zo bezoeken consumenten de kleinere winkelcentra dicht bij huis vooral voor de dagelijkse behoeften en wordt voor de niet-dagelijkse producten in veel gevallen een grotere afstand afgelegd naar een grotere stad of winkelcentrum. Bij deze keuze speelt tijd een belangrijke rol.

Tijd

Schoemaker (2002) stelt dat tijd bij nagenoeg alle activiteiten een rol speelt. Het tijdsbudget van ieder persoon is beperkt en er kan meestal maar één activiteit tegelijk uitgevoerd worden. Daarnaast zijn verschillende activiteiten, als eten, slapen en dagelijkse boodschappen, noodzakelijk. Van weer andere activiteiten, als winkelen, werken of school ligt het tijdstip in meestal vast. Hierdoor wordt de keuzevrijheid van de consument kleiner. De verzameling van opeenvolgende activiteiten van een individu per tijdperiode wordt een activiteitenpatroon genoemd. Ieder persoon heeft een eigen activiteitenpatroon dat voor een groot deel door de persoon zelf wordt ingevuld. Ook bij het winkelen is het gedrag van het individu hiervoor bepalend.

Aankoopgedrag

Als men in de binnenstad aan het winkelen is, is er volgens Seip (1999) een tendens waar te nemen van koopgerichtheid naar kijken en vergelijken. Noodzakelijke boodschappen worden steeds sneller en efficiënter, eventueel via het internet, gedaan en in binnensteden gaat men juist steeds uitgebreider en voor het plezier winkelen. Dit 'voor de lol' winkelen wordt steeds vaker een vrijetijdsbesteding waarbij de term 'funshoppin' wordt gebruikt. *"Volgens Harvey [...] wil de postmoderne consument daarbij verleid worden en is hij, als gevolg van de groeiende complexiteit in het consumptiepatroon, steeds moeilijker in te delen in categorieën"* (Seip, 1999, p.17).

Wat betreft de goederen stelt Weltevreden (2006) dat de consument in de binnenstad nog vooral geïnteresseerd is in de heterogene en meer waardevolle goederen, zoals kleding of sieraden. Voor de aankoop van dit soort goederen wil men tijd vrijmaken en ze passen goed in het plaatje van het funshoppin. De verkoop van deze meer standaard goederen als boeken of elektronica wordt volgens Weltevreden (2006) meer en meer overgenomen door het internetwinkelen.

Overige factoren

Daarnaast wordt ook de beleving tijdens het winkelen in binnensteden volgens Seip (1999) steeds belangrijker. Dit komt overeen met de waarderingsfactoren voor winkelcentra van Dennis (2005), die eerder in deze paragraaf naar voren zijn gekomen. Deze factoren zeggen dat beleving tijdens het winkelen tegenwoordig belangrijker is dan de kwaliteit van de winkels. Naast het winkelen zelf spelen ook zaken als de aantrekkingskracht van een historische binnenstad en bijvoorbeeld het aanbod van horecagelegenheden een belangrijke rol.

Toch blijven ook de meer traditionele waarderingsfactoren als prijs, kwaliteit en gemak een rol spelen bij het consumentengedrag aangaande het winkelen. Weltevreden (2006) haalt de al eerder genoemde tijdsbeperkingen en het inkomen van de consument aan als belangrijkste factoren die het winkelgedrag van de consument bepalen. Terpstra (2002) voegt daaraan toe dat het prijspijl bij mensen met een laag inkomen doorslaggevend blijft bij de keuze van de consument.



Ook Hemmer (2001) noemt nog een aantal ontwikkelingen die het winkelgedrag steeds meer bepalen. Zo eist de consument een steeds grotere productvariëteit en wordt de vraag naar service steeds groter. Zo is het voor veel klanten een voorwaarde om direct over het product te kunnen beschikken en moet ook thuisbezorging snel plaatsvinden. Ook willen consumenten op ieder gewenst moment kunnen winkelen zodat er van de winkeliers steeds ruimere openingstijden worden geëist.

4.3 Reisgedrag

Als men gaat winkelen is een verplaatsing noodzakelijk. Koolen en Tertoolen (2006) stellen dat mobiliteit steeds vaker een voorwaarde wordt bij onder meer het winkelen. Mensen moeten zich kunnen verplaatsen en relatieve afstanden worden steeds kleiner. Er is een breed scala aan manieren waarop men zich van huis tot winkel kan verplaatsen. In deze paragraaf wordt eerst ingegaan op de typen reizigers en vervolgens op de vervoermiddelkeuze bij de verplaatsing van huis tot winkellocatie.

4.3.1 Typen reizigers

Koolen en Tertoolen (2006) stellen dat reizigers zijn in te delen in drie typen: 'auto-captives', 'OV-captives' en 'keuzereizigers'. Dit zijn overigens niet specifiek reizigers die zich verplaatsen om te gaan winkelen, maar deze vallen hier wel onder. Tabel 4.1 geeft een overzicht van de kenmerken van de reizigers binnen deze drie groepen.

Type	Kenmerk	Kansen OV
Auto-captives	Maken geen gebruik van het OV omdat er geen goede voorziening in de buurt is of omdat ze het niet willen.	Geen markt.
OV-captives	Maken altijd gebruik van het OV; hebben weinig andere keuze dan het OV.	Keuze is OV of thuisblijven.
Keuzereiziger	Maken zowel gebruik van auto als OV. De helft van deze groep gebruikt het OV regelmatig.	In deze groep zit de potentiële groei van het OV-gebruik.

Tabel 4.1: Reizigerstypen (Koolen & Tertoolen, 2004)

De captives zitten volgens Tertoolen (2009) "gevangen in hun gedrag". De auto-captives zijn mensen die bij voorbaat niet verder willen denken dan de auto en de OV-captives zijn aangewezen op het openbaar vervoer omdat ze bijvoorbeeld niet over een auto beschikken. De keuzereizigers kennen geen vaste patronen, deze maken bewuste keuzes waarbij op ieder moment gekeken wordt naar de prettigste, voordeligste of gemakkelijkste vervoerswijze. Beynen de Hoog (2004) voegt hier nog aan toe dat de keuzereiziger de keuzes voornamelijk baseert op negatieve ervaringen als files, vertragingen of parkeerproblemen.

Deze driedeling in typen reizigers is volgens Koolen en Tertoolen (2006) belangrijk voor het ontdekken van de kansen van het openbaar vervoer. De potentie van de groei van het openbaar vervoer zit in de keuzereiziger. Deze kan echter ook nog kiezen voor bijvoorbeeld de fiets en neemt over het algemeen alleen het openbaar vervoer als de auto en de fiets geen alternatief vormen.



Tertoolen (2009) maakt nog een onderscheid tussen de huidige keuzereiziger en de potentiële keuzereiziger. De huidige keuzereiziger maakt reeds weloverwogen keuzes tussen de auto of het openbaar vervoer en de potentiële keuzereiziger vertoont nu nog geen keuzegedrag maar is wel vatbaar voor dergelijk gedrag in de toekomst. Daarbij is het een hoopvol gegeven dat een deel van deze potentiële keuzereizigers automobilisten zijn die best bereid blijken hun mobiliteitsgedrag te heroverwegen. Volgens Tertoolen (2009) vormen de echte auto-captives slechts een beperkte groep.

Ook gemak speelt een rol bij de mobiliteitskeuze van de keuzereiziger. Koolen en Tertoolen (2006) verwachten bijvoorbeeld dat invoering van de universele OV-chipkaart op termijn een positieve invloed zal hebben op het openbaar vervoergebruik van de keuzereiziger.

4.3.2 Vervoerswijzekeuze

Breyne de Hoog en Brookhuis (2005) stellen dat winkelbezoek zich kenmerkt door een bewust keuzeproces bij de reiziger ten aanzien van de vervoerswijze. Men gedraagt zich dan relatief vaak als keuzereiziger. Koolen en Tertoolen bevestigen deze stelling door te stellen dat de keuzereiziger vrijwel uitsluitend voor het openbaar vervoer kiest als hij naar een locatie reist die goed bereikbaar is per bus, tram of trein. Binnensteden zijn daar over het algemeen een goed voorbeeld van.

Tussen de verschillende typen winkelgebieden bestaat daarbij een groot verschil in de vervoerswijzen ernaartoe. In het algemeen zijn de auto en de fiets het populairste vervoermiddel als men gaat winkelen. Juist bij het bezoek aan binnensteden speelt ook het openbaar vervoer een grote rol. Daarnaast is ook het lopen relatief belangrijk bij de verplaatsing naar een binnenstad.

Niet-autoreiziger

De belangrijkste redenen dat bij het winkelen in binnensteden relatief vaak voor het openbaar vervoer, de fiets of het lopen wordt gekozen zijn de relatief slechte autobereikbaarheid, schaarste aan parkeerplaatsen en hoge parkeertarieven. Volgens van Kesteren et al. (1995) werd eind vorige eeuw al begonnen met het autoluw maken van veel binnensteden, waaronder die van Utrecht. Hierdoor zijn in de loop der jaren steeds meer mensen overgegaan op andere vervoerswijzen. Juist bij het winkelen in de grotere binnensteden, waar de nadruk ligt op het funshoppen, wordt deze keuze volgens Breyne de Hoog en Brookhuis (2005) bewust gemaakt.

Het is opvallend dat reistijd volgens Tertoolen (2006) een beperktere rol lijkt te spelen dan de hierboven genoemde factoren bij de vervoermiddelkeuze. Als specifiek een keuze moet worden gemaakt tussen de auto en het openbaar vervoer door de mensen die wat verder van de binnenstad afwonen, spelen volgens Koolen en Tertoolen (2006) vijf factoren een belangrijke rol: autobeschikbaarheid, beschikbaarheid van parkeervoorzieningen, reistijdverhouding, houding en verplaatsingsafstand. Wat betreft het openbaar vervoer is de trein dan vaak de enige optie.

Verder zijn er volgens Koolen en Tertoolen (2006) een aantal aspecten die ervoor kunnen zorgen dat men in het algemeen meer bereid wordt het openbaar vervoer te gaan gebruiken; comfortabele voorzieningen, haltes en materieel, maar ook betrouwbaarheid, frequentie, prijs en gemak. Wat betreft de prijs blijkt het openbaar vervoer zeer prijsgevoelig, waarbij het in ieder geval een gegeven is dat het OV-gebruik nooit duurder mag zijn dan de brandstofkosten van de auto.



Autoreiziger

Toch blijft ook de auto bij de verplaatsingen voor het winkelen in binnensteden een belangrijk vervoermiddel. Al is de keuze voor de auto volgens Breynen de Hoog en Brookhuis (2005) bij het winkelen in een binnenstad veel minder vanzelfsprekend dan bij het doen van de dagelijkse boodschappen of winkelen in kleinere regionale winkelcentra die sterk op de auto gefocust zijn. De belangrijkste kenmerken waarom bij een verplaatsing voor de auto wordt gekozen zijn volgens Koolen en Tertoolen (2006) de mogelijkheid tot deur-tot-deur-vervoer, status en smaak, comfort en veiligheid.

Naast de prijs en kwaliteit wordt de belevingswaarde volgens Tertoolen (2009) bij het maken van een keuze tussen vervoermiddelen steeds belangrijker. Kenmerkend voor belevenissen is dat ze je bijblijven, of het nu positieve of negatieve ervaringen zijn. Zeker bij het funshoppen spelen deze belevenissen een grote rol: Het al dan niet slagen van de dag uit wordt mede bepaald door de vervoermiddelenkeuze. Daarnaast speelt de beleving ook bij de keuze voor het vervoermiddel al een grote rol: *“Bussen en trams die te laat komen of uitvallen, fietsen die gestolen worden; dat alles draagt bij aan een negatief imago”* (Tertoolen, 2009, p.1). Wat betreft de beleving wint de auto het bij de gebruikers over het algemeen dan ook van het openbaar vervoer.

P+R-reiziger

De laatste mogelijkheid die men heeft om de binnenstad te bereiken om te gaan winkelen is een combinatiereis. Bos (2002) gaat daar op in door te stellen dat P+R-faciliteiten bijdragen aan een betere bereikbaarheid van steden. Hij heeft een model ontwikkeld waarmee inzicht kan worden verkregen in de voorkeuren die de automobilist heeft, wat betreft de overstap van auto naar openbaar vervoer. Op die manier kunnen de nog niet succesvolle P+R-locaties worden ingericht naar de wensen van de gebruiker, wat weer moet zorgen voor een stijging van het gebruik. In zijn Hiërarchische Informatie Integratie benadering (HII) worden zowel de P+R-faciliteiten, als de kwaliteit van het aanvullend openbaar vervoer geëvalueerd. Daarnaast wordt gekeken naar het keuzegedrag van de respondenten. Op deze manier wordt duidelijk hoe de automobilist zijn afweging maakt tussen de verschillende, reeds bekende, attributen die het keuzegedrag beïnvloeden. Deze attributen zijn volgens Bos (2002) voornamelijk gebaseerd op kosten- en tijdsfactoren, factoren die het openbaar vervoer beschrijven en factoren die de kwaliteit van de P+R beschrijven. Daarnaast is de aangeboden informatie en locatie van de P+R-locatie belangrijk in het keuzeprocess.

Bos (2002) concludeert dat de kwaliteit en het gebruik van de P+R faciliteiten een stuk meer worden beïnvloed door veiligheidsaspecten dan door de attributen over voorzieningen. De kwaliteit van het aanvullende openbaar vervoer wordt het meest beïnvloed door de kans op een zitplaats. Bos (2002) verklaard dit door het gegeven dat de automobilist gewend is comfort te hebben in de auto. Het op een na belangrijkste attribuut op dit gebied is het aantal overstappen. Ook de frequentie van het openbaar vervoer is nog van belang en het is niet duidelijk of het soort openbaar vervoer invloed heeft op de tevredenheid van de P+R-gebruiker. Daarnaast zijn tijdoverwegingen en kosten volgens Bos (2002) het belangrijkste in de keuze tussen auto, openbaar vervoer of een combinatie daarvan middels het gebruik van P+R. Om mensen te stimuleren om tot een gedragsverandering te komen waarbij gebruik wordt gemaakt van P+R-terreinen moet dus vooral aandacht besteed worden aan deze punten. Er kan het best worden ingespeeld op funshoppers die geen haast hebben en zwichten voor het aantrekkelijke tarief en het gemak van een verplaatsing via een P+R-terrein. Daarnaast zal het vanuit de overheid bemoeilijken van verkeersstromen naar de binnenstad, helpen automobilisten richting het gebruik van P+R te duwen.



4.4 Gedragsverandering

Gedragsveranderingen zijn uiterst moeilijk te verwezenlijken, ook in de mobiliteit. Mensen passen volgens Tertoolen (2009) hun gedrag namelijk niet snel aan. Daarom moeten, wil men een gedragsverandering realiseren, vooral de verbeteringen van het alternatief onder de aandacht worden gebracht. Het alternatief moet aan de productvoorwaarden voldoen; het moet echt voordelen bieden ten opzichte van de oude situatie. Om de gedragsverandering uiteindelijk te bereiken moet het alternatief aan alle competenties uit het gedragsmodel in figuur 4.2 voldoen.



Figuur 4.2: Gedragsmodel (Tertoolen, 2009)

Alle facetten uit het gedragsmodel zijn van belang bij het realiseren van een gedragsverandering. In figuur 4.2 wordt duidelijk dat men allereerst het alternatief moet waarnemen; zonder weet van een bepaalde vervoersmogelijkheid kan men het ook niet gaan gebruiken. Vervolgens moet de doelgroep de mogelijkheid begrijpen. Hierbij moet men vooral ook de voordelen van een alternatief kennen; marketing is daarvoor noodzakelijk. Een derde stap is het in staat zijn van het vertonen van het nieuwe gedrag; het kunnen. *“Iemand vragen het OV te gebruiken op een plek waar geen OV is, leidt tot niks”* (Tertoolen, 2009, p.5). De laatste stap voor het doen, is het motiveren van de doelgroep. *“Dit betekent dat – zeker in het begin – het vertonen van het nieuwe gedrag gemakkelijk en extra aantrekkelijk moet zijn, waarbij de individuele voordelen in één oogopslag duidelijk dienen te zijn”* (Tertoolen, 2009, p.5).

Onderzoek heeft aangetoond dat het algemene oordeel over het openbaar vervoer veelal negatief is; de negatieve aspecten blijven de mensen bij en de positieve waarden worden als ‘normaal’ ervaren. Om een gedragsverandering van auto naar het openbaar vervoer te stimuleren, is het dus noodzakelijk het imago van het openbaar vervoer te verbeteren zodat men het met positievere zaken gaat associëren. Daarmee zal de belevingswaarde positiever worden, wat goed is voor het gebruik.

Mensen moeten er volgens Koolen en Tertoolen (2006) op geattendeerd worden dat het openbaar vervoer zeker in de stad het ideale vervoermiddel is. De invoering van de OV-chipkaart die er op termijn voor moet zorgen dat het betaalgemak toeneemt, is hiertoe al een goede stap. Ook het inzetten op moderne transferia (P+R-locaties) net buiten de binnensteden, waar de auto gemakkelijk kan worden ingeruild voor het openbaar vervoer of de fiets, is een goede manier om mensen te bewegen tot een gedragsverandering.

4.4.1 Doelgroepen

Als gekeken wordt naar het veranderen van het mobiliteitsgedrag, waarbij het gedragsmodel uit figuur 4.2 als leidraad kan worden genomen, pleit Tertoolen (2009) voor het denken in doelgroepen. In veel gevallen wordt een doelgroep gekozen op basis van bijvoorbeeld overeenkomende bestemming, motieven of vervoermiddelen. Het is volgens Koolen en Tertoolen (2006) belangrijk dat er niet wordt gesproken van één potentiële ‘OV-reiziger’, maar van verschillende groepen die ieder een eigen verwachtingspatroon hebben.



Daarnaast zijn er volgens Tertoolen (2009) een vijftal richtlijnen die ertoe moeten leiden dat mensen die nu primair autogebruikers zijn, zich richten op een afwisselender reispatroon: het aanbieden van een aantrekkelijk keuzemenu, hoogwaardige (flexibele) transferia, 'Self Explaining Environment'⁵; mond-tot-mondreclame en internet en co-creatie⁶. Deze vijf richtlijnen dienen als algemene leidraad bij eventuele ingrepen in het reizigersgedrag. De ingrepen zelf vereisen echter iedere keer weer maatwerk per doelgroep.

4.4.2 Evolutionaire benadering

Als teruggerepen wordt op de evolutionaire benadering van de economische geografie stellen Boschma et al. (2002) dat routines op een bepaald moment doorbroken kunnen worden door innovatie. Net als bij de winkeliers, geldt ook voor consumenten dat zij stapsgewijs overgehaald moeten worden om tot een gedragsverandering te komen. Dit worden ook wel 'incrementele veranderingen' genoemd. Hierbij wordt vanuit de evolutionaire benadering dan ook stapsgewijze innovatie voorgesteld. Daarbij verbeteren kleine aanpassingen de kwaliteit van een product en in dit geval een keuze. Positieve spillovers van anderen kunnen invloed uitoefenen op het winkel- en reisgedrag van consumenten, zij volgen dan het voorbeeld van anderen.

Een meer radicale verandering weerhoudt consumenten van een gedragsverandering omdat het risico de stap dan te groot maakt. Bij deze radicale innovatie worden de routines van de consument in één klap doorbroken. Een consument is daartoe slechts bereid als men ondervindt dat bepaalde routines herhaaldelijk slechte resultaten hebben opgeleverd. Men beschikt namelijk over een beperkt aanpassingsvermogen en houdt bij voorkeur vast aan het bestaande gedrag. De padafhankelijkheid en de routines stellen de mogelijkheden en vooral ook de beperkingen van het gedrag.

4.5 Deelconclusie

In deze deelconclusie wordt kort antwoord gegeven op de drie deelvragen die in dit hoofdstuk centraal staan. De eerste deelvraag is:

- *Wat zijn de belangrijkste kenmerken van het huidige winkelgedrag van het winkelende publiek in de Nederlandse binnensteden?*

Het winkelgedrag van consumenten is wat betreft de winkellocatie moeilijk te voorspellen. De winkelcentrumkeuze die consumenten maken is in veel gevallen niet direct op het winkelen gericht, maar op factoren gerelateerd aan structuur, infrastructuur, service of beleving. Vooral deze beleving wordt steeds belangrijker en is voor de consument inmiddels belangrijker dan de kwaliteit van de winkels.

In de grotere binnensteden gaat het winkelen steeds meer richting het funshoppen terwijl men voor de noodzakelijke boodschappen de binnenstad juist mijdt. Consumenten zijn alleen voor de niet dagelijkse boodschappen bereid een grotere afstand naar een winkellocatie af te leggen. Het

⁵ Reizigers stimuleren hun gedrag te veranderen door het alternatief zo duidelijk mogelijk te maken. Door alternatieven zo duidelijk mogelijk te maken, kunnen reizigers zelf hun weg vinden bij het uitproberen van een alternatief.

⁶ Een methode waarbij consumenten betrokken worden bij de totstandkoming van producten en diensten. Door het 'samen creëren' sluit het resultaat beter aan bij de behoeften van de gebruikers.



beperkte tijdsbudget van de consument speelt hierbij een rol. Naast deze tijd zijn ook de prijs, kwaliteit en het gemak van invloed op het winkelgedrag.

Daarnaast wordt de vraag naar service bij het winkelen steeds groter. Men eist een steeds grotere productvariëteit en wil direct over de aankoop kunnen beschikken. De consument wordt al met al steeds veeleisender en is gefocust op het eerder genoemde gemak.

Over het algemeen houden consumenten zich in hun winkelgedrag wel vast aan routines en maken zij geen volledig rationele keuzes. Dit gewoontegedrag is gebaseerd op positieve ervaringen uit het verleden en kan worden beïnvloed door spillovers van andere consumenten.

- *Wat zijn de belangrijkste kenmerken van het huidige reisgedrag van het winkelende publiek in de Nederlandse binnensteden?*

Ook in het reisgedrag blijft men veelvuldig steken in routines. In het reisgedrag zijn een drietal hoofdcategorieën te onderscheiden: auto-captives, OV-captives en keuzereizigers. De captives zitten vast in bepaalde patronen en de keuzereizigers niet. Deze laatste groep is dan ook het meest vatbaar voor veranderingen, bijvoorbeeld richting het openbaar vervoer.

Juist het reisgedrag van consumenten bij winkelbezoek kenmerkt zich door een bewust keuzeprocess. Hierbij spelen het openbaar vervoer, de fiets en het lopen een grote rol. De slechte autobereikbaarheid, hoge parkeertarieven en schaarste aan parkeerplaatsen maakt de vervoerskeuzen voor veel consumenten handiger dan de auto.

Toch blijft ook de auto een belangrijk vervoermiddel bij verplaatsingen richting het winkelen in binnensteden, al is deze keuze voor de auto veel minder vanzelfsprekend dan bij het winkelen buiten de grote binnensteden. Als men voor de auto kiest, zwicht men voor het gemak. Daarnaast is beleving erg belangrijk bij verplaatsingsgedrag en bij het openbaar vervoer blijven vooral de negatieve ervaringen hangen.

In het keuzeprocess kan men ook kiezen voor het gebruik van P+R-locaties als men gaat winkelen in een binnenstad. Hierbij spelen vooral tijdsoverwegingen en kosten een belangrijke rol. Voor het doen van de dagelijkse boodschappen lijkt dit dus niet interessant, maar voor de funshoppers juist wel.

- *Op welke manier kan een gedragsverandering in het winkel- en reisgedrag worden gerealiseerd?*

Gedragsveranderingen, ook in de mobiliteit, zijn moeilijk te realiseren. De vijf stappen in het gedragsmodel van Tertoolen zijn essentieel bij het stimuleren van een gedragsverandering. Daarbij moeten vooral de verbeterpunten van het alternatief onder de aandacht gebracht worden. Bij het realiseren van een gedragsverandering richting het openbaar vervoer is de informatieverstrekking essentieel, waarbij het verbeteren van het imago erg belangrijk is.

Verder kan het best gewerkt worden in doelgroepen; lang niet iedereen heeft dezelfde verwachtingen en eisen bij een verplaatsing. Daarbij is een stapsgewijze benadering de beste manier om het routinematige gedrag van consumenten te doorbreken. Het in één keer proberen te doorbreken van het gedrag is in veel gevallen kansloos.





5. De binnenstad van Utrecht

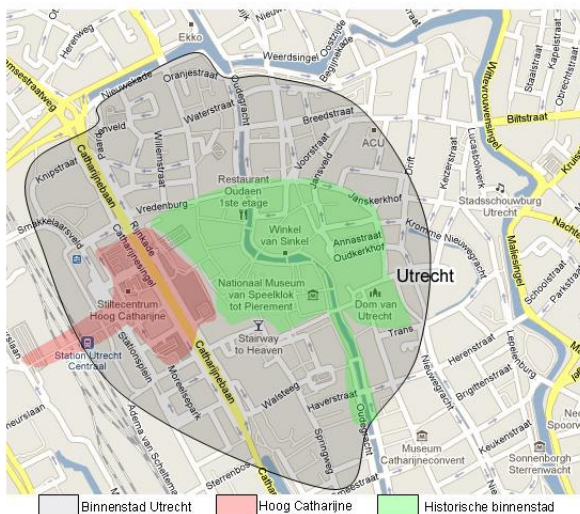
Nadat de focus bij de vorige hoofdstukken lag bij de winkelier en de consument in het algemeen, richt dit hoofdstuk zich specifiek op de binnenstad van Utrecht. Om in het empirisch onderdeel van deze studie vanuit het oogpunt van zowel de winkelier als consument in te kunnen gaan op de haalbaarheid van het GUP in Utrecht, wordt de binnenstad in dit hoofdstuk uitgelicht. Hierbij staan de volgende subvragen centraal:

- *Hoe ziet het winkelapparaat in de Utrechtse binnenstad eruit?*
- *Hoe ziet de stedelijke distributie in de Utrechtse binnenstad eruit?*
- *Wie komen er winkelen in de Utrechtse binnenstad en wat zijn hun kenmerken en vervoerswijzen?*

5.1 Onderzoeksgebied

De binnenstad van Utrecht is één van de populairste binnensteden van Nederland. Naast de winkelfunctie heeft de binnenstad nog veel meer te bieden (Strabo, 2009a). Zo zijn er alleen al in de historische binnenstad ruim 200 horecagelegenheden en 40 dienstverleners gevestigd. Daarnaast zijn er ruim 15.000 personen woonachtig in dit deel van de stad en zijn er verschillende opleidingen, kerken, theaters en musea gevestigd. Voornamelijk in en rond Hoog Catharijne zitten ook nog verschillende kantoren.

In de binnenstad van Utrecht zijn twee opvallende delen te onderscheiden: de sfeervolle historische binnenstad met overwegend kleinschalige winkels in historische straten en het moderne en planmatig opgezette, overdekte winkelcentrum Hoog Catharijne met meer grootschaligheid. Het onderzoeksgebied van deze studie beslaat de gehele binnenstad waarvan de afbakening weergegeven is in kaart 5.1.



Kaart 5.1: Onderzoeksgebied van deze studie: de Utrechtse binnenstad



5.2 Theorie

Er zijn volgens Weltevreden (2006) vier factoren die de aantrekkelijkheid van het winkelen in een binnenstad bepalen: de veelzijdigheid aan winkels, de karakteristieke (historische) omgeving, de aanwezigheid van een groot aantal functies anders dan winkelen en de drukte en gezelligheid. Dit zijn de belangrijkste voordelen van de binnenstad als winkelgebied ten opzichte van bijvoorbeeld internetwinkelen of andere winkellocaties en redenen waarom mensen vaak van ver komen om in een binnenstad te winkelen. In dit hoofdstuk wordt duidelijk dat de binnenstad van Utrecht aan al deze factoren voldoet.

Verder gaat Weltevreden (2006) in op internetwinkelen. De binnenstad raakt hierdoor een deel van haar functionaliteit kwijt, voor veel (standaard) goederen neemt de consument namelijk steeds minder vaak de moeite af te reizen naar de binnenstad. Dit gebruik van het internetwinkelen zal de komende jaren alleen maar toenemen, iets waar winkeliers in de binnenstad op moeten inspelen. Voor deze voorliggende studie zijn twee kenmerken die de adoptie van het internetwinkelen stimuleren, één aan de aanbod en één aan de vraagzijde, ook bruikbaar. Het gaat hierbij namelijk om een verandering van de benadering van de binnenstad en het eventuele gebruik van de winkels.

Het eerste punt is de verwachting dat binnenstadconsumenten relatief jong zijn, een moderne lifestyle hebben en ruimdenkend zijn. Dit zorgt voor een kritische consument, wat het voor binnenstadwinkeliers noodzakelijk maakt innovatief te zijn. Het tweede punt is dat binnensteden als vestigingslocatie erg duur zijn en dat de concurrentie erg hoog is. Als detaillisten daarom niet *'met de tijd meegaan'* door bijvoorbeeld het inpassen van innovatieve concepten kan dit gepaard gaan met een verlies in marktaandeel ten opzichte van concurrenten die dit wel doen of het internetwinkelen.

5.3 Winkels in de Utrechtse binnenstad

5.3.1 Winkelapparaat

Op basis van de onderzoeken van Strabo (2009a), Locatus (2008a & 2008b) en Buck Consultancy International (2009) kan uitgegaan worden van 700 tot 800 verkooppunten in de detailhandel in het centrum van Utrecht. De onderzoeken geven echter geen eenduidig beeld, waardoor geen exact aantal kan worden opgegeven. Van deze winkels is ruim 20 procent in winkelcentrum Hoog Catharijne gevestigd (Strabo, 2009a).

Ondanks de sterke winkelfunctie van de Utrechtse binnenstad is het onderscheidend vermogen qua winkels beperkt. Alleen in het gebied rond de Zadelstraat en de Vismarkt in de historische binnenstad zijn relatief veel speciaalzaken gevestigd (Buck Consultants International, 2009). Het onderzoek van Strabo (2009b) verdeelt de winkeliers in de Utrechtse binnenstad in zes hoofdgroepen. Tabel 5.2 op de volgende pagina geeft een overzicht van de verdeling van deze zes groepen in de binnenstad van Utrecht in 2009.

Als gekeken wordt naar de brancheverdeling in de tabel valt op dat 22 procent een horecaonderneming is. Deze ondernemingen zijn voor deze studie niet relevant omdat ze wel in de binnenstad gevestigd zijn, maar niets met de eventuele komst van een GUP te maken hebben. De overige ondernemingen leveren allemaal goederen aan consumenten en zouden dus betrokken kunnen worden bij het GUP-concept. In hoofdstuk 6 over de methodologie wordt aan de hand van een criterialijst gekeken welke ondernemingen binnen de verschillende branches relevant zijn voor dit onderzoek.



Branche	Ondernemingen
Kleding en mode	22%
Schoenen en lederwaren	6%
Voedings- en genotmiddelen	5%
Overige detailhandel	35%
Horeca	22%
Ambachten en dienstverlening	10%
Totaal	100%

Tabel 5.2: Brancheverdeling ondernemers (Strabo, 2009b)

Een derde van de winkels in de binnenstad is onderdeel van een keten, dit zijn dus grote ondernemingen waarvan één of meerdere vestiging in de Utrechtse binnenstad is gevestigd (Strabo, 2009b). De overige tweederde van de in de binnenstad gevestigde ondernemingen zijn zelfstandig.

5.3.2 Beoordeling binnenstad

Wat betreft de beoordeling van de binnenstad worden het aanbod en de kwaliteit van de horeca, de sfeer van de binnenstad en de kwaliteit van het winkelaanbod volgens Strabo (2009b) het best beoordeeld. Ruim 80 procent van de ondernemers geeft voor deze aspecten minimaal een voldoende. Ook de binnenstad in het algemeen wordt erg positief beoordeeld; ruim 80 procent geeft de binnenstad minimaal een voldoende en 20 procent beoordeelt de binnenstad zelfs met een acht of hoger. Wel bestaat er een verschil in de beoordeling van de ondernemers uit de historische binnenstad en Hoog Catharijne. De kwaliteit van de horecagelegenheden en de sfeer van de binnenstad zijn de belangrijkste aspecten die beter worden beoordeeld door de ondernemers uit de historische binnenstad. De bereikbaarheid, laad- en losmogelijkheden, parkeercapaciteit, handhaving van het uitstallingbeleid en de uitstallingmogelijkheden worden juist beter beoordeeld door de ondernemers uit Hoog Catharijne.

Het parkeertarief wordt door de Utrechtse ondernemers het slechtst beoordeeld. Volgens Strabo (2009b) beoordeelt 96 procent van de ondernemers dit aspect met een onvoldoende. Daarnaast worden de uitstallingmogelijkheden en de parkeercapaciteit ook door een ruime meerderheid van de ondernemers met een onvoldoende beoordeeld. De voor deze studie relevante laad- en losmogelijkheden worden door een kleine meerderheid van de ondernemers beoordeeld met een onvoldoende.

Ruim een kwart van de winkels bezit naast de fysieke winkel ook een webshop en nog eens 16 procent denkt erover na om op korte termijn één te openen (Strabo, 2009b). Via deze webshops kunnen consumenten producenten bestellen die vervolgens worden thuisbezorgd. Ketenbedrijven hebben vaker een webshop dan de zelfstandige ondernemingen. Zij beschikken via het moederbedrijf over meer middelen voor een webshop. De winkels die nu al gebruikmaken van een webshop genereren een kleine 15 procent van de omzet uit de webshop. Deze winkeliers met webshop kijken reeds (deels) af van de traditionele stedelijke distributie en benaderen daarnaast de klant (deels) op moderne wijze.



5.4 Stedelijke distributie in de Utrechtse binnenstad

5.4.1 Beleid

De (historische) binnenstad van Utrecht heeft te maken met verschillende problemen met de stedelijke distributie. Zo zijn er fysieke beperkingen met betrekking tot de bevoorrading, is de verkeerssituatie, met veel smalle en onregelmatige straten, lastig en wordt de leefbaarheid van de binnenstad door het vrachtverkeer aangetast.

De gemeente heeft middels regelgeving al verschillende maatregelen genomen om de binnenstad zo vitaal mogelijk te houden. Het gaat hierbij om venstertijden, voetgangersgebieden, milieuzones, voertuigeisen en -beperkingen, stadsdistributiecentra, 's nachts bevoorraden, vrachtautoroutes en (gedeeltelijke) afsluitingen (Gemeente Utrecht, 2009). Deze maatregelen maken de binnenstad prettiger voor de consumenten en bewoners, maar zijn juist lastig voor bijvoorbeeld de vervoerders en winkeliers.

Naast deze gangbare maatregelen is Utrecht één van de steden die zich volgens Ploos van Amstel (2010) en Hendriks (2010) op een vooruitstrevende manier en actief inzet voor het oplossen van de problemen met de stedelijke distributie. Hierdoor zijn veel initiatieven volgens hen kansrijker dan in andere gemeenten. De stad probeert een vooruitstrevende positie in te nemen aangaande de stedelijke distributie. Als beloning en waardering voor de inzet van de afgelopen jaren heeft Utrecht op eind 2009 de eerste Award Stedelijke Distributie ontvangen:

“Het gezamenlijk initiatief van de gemeente Utrecht, Cargohopper Utrecht en Gepu horecagroothandel getuigt volgens de jury van een effectieve coalitie tussen de overheid en het bedrijfsleven” (Ambassadeur Stedelijke Distributie, 2009, p. 1)

De Cargohopper en de Bierboot zijn volgens Ploos van Amstel (2010) mooie voorbeelden van het Utrechtse beleid. Kader 5.3 geeft deze concepten kort weer.

De Cargohopper is een op zonne-energie rijdend karretje met aanhangwagens, dat verschillende winkels in de binnenstad bevoorraadt (Heuts, 2009). Het concept is sinds april 2009 operationeel en de overslag van vrachtauto naar Cargohopper vindt plaats op een Stads Distributie Centrum net buiten de binnenstad. De Cargohopper is klein, schoon en kan het werk doen van vijf tot acht bestelbusjes waardoor een sterke bundeling optreedt. Ook is het 'treintje' niet gebonden aan venstertijden. De overlast is hierdoor veel kleiner.

In tegenstelling tot de Cargohopper, die privaat geëxploiteerd wordt, is de Bierboot eigendom van de gemeente (Hendriks, 2010). De boot bevoorraadt verschillende cafés, restaurants en uitgaansgelegenheden via de werfkelders aan de Oudegracht en ook enkele winkels 'boven de gracht'. Het concept is al sinds 1996 operationeel en recent is er een tweede schip in de vaart genomen (Witlox, 2009). Dit is het eerste elektrisch aangedreven schip van Nederland waardoor de boot dus nog een extra milieuvoordeel oplevert ten opzichte van de eerste (diesel aangedreven) Bierboot.

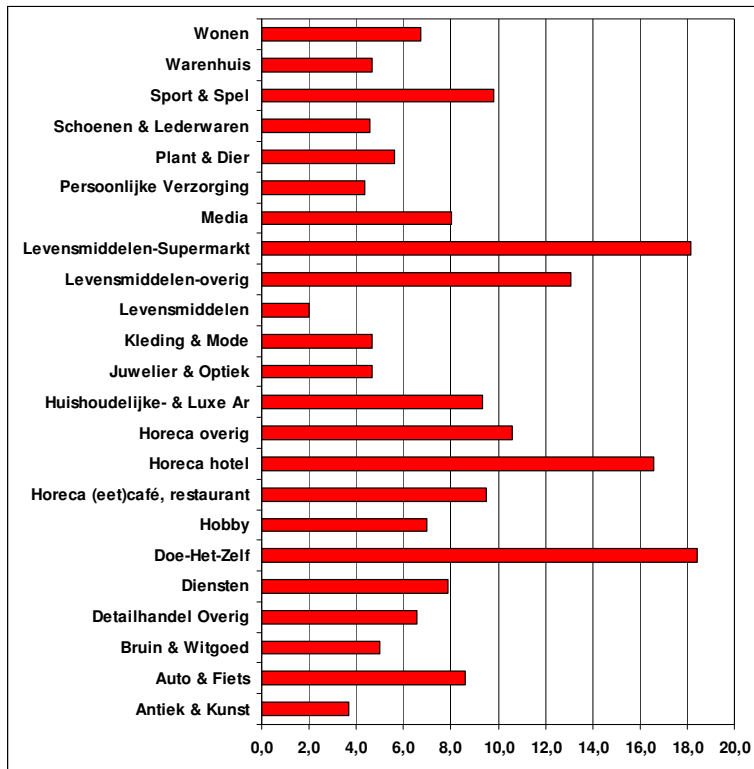
Kader 5.3: Cargohopper en de Bierboot



Een belangrijk middel om de vooruitstrevende positie ook in de toekomst te kunnen behouden is de deelname van de gemeente Utrecht aan het Europese stedelijke samenwerkingsverband CIVIATAS MIMOSA⁷. Hierin werken Bologna, Funchal, Gdansk, Tallinn en Utrecht samen om kennis uit te wisselen over nieuwe innovatieve concepten van stedelijke mobiliteit (CIVITAS MIMOSA, 2009b). Twee doelstellingen die de gemeente Utrecht hierbij heeft, zijn een toename van het P+R gebruik van 20 procent en een 100 procent toename van de stedelijke distributie dat via een Stads Distributie Centrum gebundeld de binnenstad bereikt (CIVITAS MIMOSA, 2009b). Ook het GUP-concept maakt onderdeel uit van het CIVITAS-project.

5.4.2 Samenstelling

De binnenstad van Utrecht ontvangt wekelijks zo'n 7.500 leveringen (Buck Consultants International, 2009). Dit komt neer op ongeveer 3.700 ritten per week. Gemiddeld vinden er in Utrecht per winkelvestiging 7,5 leveringen per week plaats. Figuur 5.4 geeft per sector een overzicht van het gemiddeld aantal leveringen per vestiging per week.

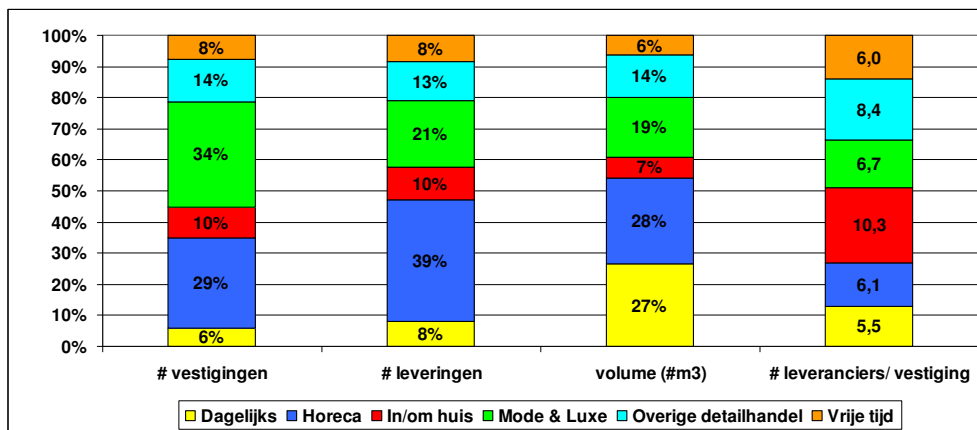


Figuur 5.4: Aantal leveringen per vestiging per week in de binnenstad van Utrecht (Buck Consultants International, 2009)

Het valt op dat drie sectoren er uitspringen qua aantal leveringen per week: de supermarkten, doe-het-zelf winkels en de horeca/hotel branche. Een kleine zeventig procent van alle bedrijven in de Utrechtse binnenstad worden op minimaal vier verschillende dagen per week beleverd, een kleine 30 procent zelfs iedere dag (Buck Consultants International, 2009). Op alle doordeweekse dagen wordt, met uitzondering van maandag, ongeveer evenveel bevoorrad in Utrecht. Op

⁷ CIVITAS MIMOSA is onderdeel van het grotere CIVITAS-project, waar veel meer steden in verschillende subgroepen deel van uitmaken.

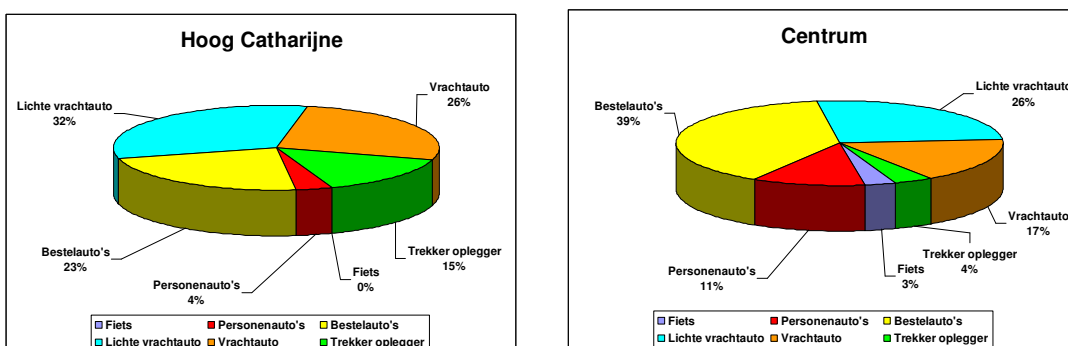
zaterdag maar vooral op zondag worden de winkels nauwelijks bevoorraad. Figuur 5.5 geeft vervolgens een overzicht van het aantal vestigingen, leveringen, volume en ten slotte het aantal leveranciers afgezet tegen het aantal vestigingen.



Figuur 5.5: Leveringen, volume en aantal leveranciers afgezet tegen het aantal vestigingen in de binnenstad van Utrecht (Buck Consultants International, 2009)

Uit figuur 5.5 kunnen een aantal voor deze studie relevante zaken opgemaakt worden. Zo heeft de branche dagelijks relatief veel volume in verhouding met het aantal vestigingen en leveringen (Buck Consultants International, 2009). Daarnaast is in deze branche het aantal leveranciers per vestiging het laagst waaruit blijkt dat de distributie op een efficiënte wijze plaatsvindt. Het segment in/om het huis daarentegen heeft het grootste aantal leveranciers per vestiging in Utrecht, wat duidt op een relatief inefficiënte stedelijke distributie. De branche mode en luxe ten slotte heeft relatief weinig volume in verhouding tot het aantal vestigingen en daarbij ook een hoog aantal leveranciers per vestiging.

Figuur 5.6 geeft het aantal ritten per vestiging per week in de binnenstad van Utrecht aan, waarbij onderscheid wordt gemaakt naar type voertuig. Hoog Catharijne en de historische binnenstad worden apart weergegeven zodat het onderscheid duidelijk waargenomen kan worden.



Figuur 5.6: Aantal ritten per vestiging per week, onderverdeeld naar type voertuig (Buck Consultants International, 2009)

Uit figuur 5.6 wordt duidelijk dat Hoog Catharijne door grotere voertuigen wordt bevoorraad dan de winkels in de historische binnenstad. Dit wordt deels veroorzaakt door de voertuigbeperkingen in de historische binnenstad, maar ook door de aanwezige infrastructuur en laad- en losmogelijkheden onder Hoog Catharijne (Buck Consultants International, 2009).



Alle drie de typen vervoerders die in paragraaf 3.2.2 zijn geïntroduceerd, komen voor in de Utrechtse binnenstad. Tabel 5.7 geeft een overzicht van de verdeling van de bevoorrading door deze drie typen vervoerders.

Type vervoer	Leveringen per week (%)	Stops per rit	Ritten per week	Ritten per dag
Netwerkorganisaties	3.450 (46%)	10	345	69
Incidentele distributie	3.450 (46%)	1,2	2.875	575
Centrale distributie	600 (8%)	1,2	500	100
Totaal	7.500 (100%)		3.720	744

Tabel 5.7: Overzicht bevoorrading naar type vervoerder in de binnenstad van Utrecht (Buck Consultants International, 2009)

Uit figuur 5.7 wordt duidelijk dat de netwerkorganisaties het meest bijdragen aan de bundeling van de stedelijke distributie in de binnenstad van Utrecht (Buck Consultants International, 2009). Bijna de helft van het aantal leveringen wordt uitgevoerd door netwerkorganisaties, terwijl deze maar een klein percentage van het werkelijke aantal ritten veroorzaken. Deze bundeling wordt mogelijk door het relatief hoge aantal stops van de voertuigen. De incidentele vervoerders verzorgen precies evenveel leveringen als de netwerkorganisaties, maar deze zijn wel verantwoordelijk voor ruim 75 procent van het aantal voertuigbewegingen. De conclusie uit hoofdstuk 3 dat de incidentele vervoerders het meest bijdragen aan de overlast van de stedelijke distributie wordt hiermee dus ook voor Utrecht bevestigd.

5.5 Winkeland publiek in de Utrechtse binnenstad

De binnenstad van Utrecht is één van de populairste van Nederland en wordt wekelijks, inclusief de koopzondagen, door ongeveer 576.000 mensen bezocht (Strabo, 2009a). Na de drukke zaterdag en koopzondagen (gezamenlijk ongeveer 35 procent van het weektotaal), zijn ook de vrijdag en koopavond op donderdag relatief goed bezocht. Gemiddeld 45 procent van de bezoekers maakt een combinatiebezoek van de historische binnenstad en Hoog Catharijne (Strabo, 2009a). Er wordt in deze studie aangenomen dit percentage nog velen malen hoger ligt bij de binnenstadbezoekers die komen winkelen. Het is daarom geen probleem dat Hoog Catharijne niet meegenomen is in het onderzoek van Strabo (2009a) dat de basis vormt voor deze paragraaf.

In totaal komt bijna de helft van alle bezoekers (47 procent) primair voor het bezoek van één of meerdere winkels naar de binnenstad (Strabo, 2009a). Als deze gegevens gecombineerd worden met het secundaire bezoekdoel blijkt dat 51 procent van alle bezoekers komt om recreatief te winkelen en nog eens 16 procent voor een specifieke winkel. Geconcludeerd kan dus worden dat tweederde van alle binnenstadbezoekers komt voor het winkelaanbod van de Utrechtse binnenstad.



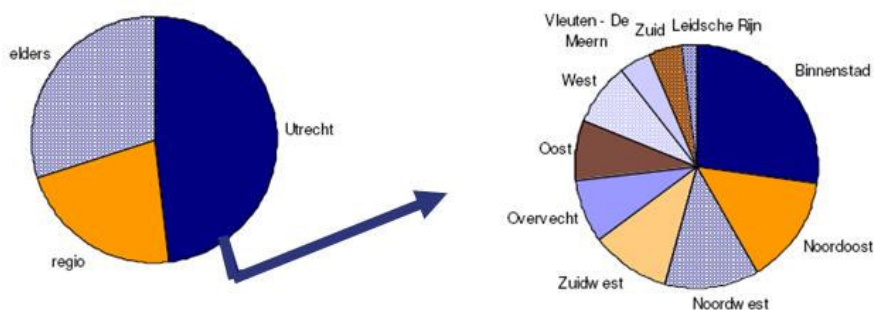
Als naar de herkomst van het winkelende publiek wordt gekeken, valt op dat het grootste percentage uit de provincie komt en het kleinste percentage elders uit het land. Meer dan de helft van deze binnenstadbezoekers van buiten de provincie komt met een andere reden dan winkelen naar de binnenstad. Tabel 5.8 geeft een overzicht van de herkomst van het winkelende publiek.

Bezoekdoel	Herkomst			
	Utrecht	Provincie Utrecht	Elders	Totaal
Recreatief winkelen	57%	60%	42%	51%
Bezoek specifieke winkel	20%	22%	6%	16%
Overig	23%	18%	52%	33%
Totaal	100%	100%	100%	100%

Tabel 5.8 : Primair en secundair bezoekdoel binnenstad naar herkomst (Strabo, 2009a)

5.5.1 Herkomst

Wat betreft de herkomst van de binnenstadbezoekers van Utrecht geeft figuur 5.8 meer duidelijkheid. De gegevens zijn niet specifiek gericht op het winkelend publiek maar omvatten alle bezoekers van de binnenstad. Toch geeft het figuur ook een duidelijk overzicht van de herkomst van het winkelend publiek, een belangrijk onderdeel van het totaal aantal binnenstadbezoekers.



Figuur 5.8: Herkomst bezoekers Utrechtse binnenstad (Strabo, 2009a)

De Utrechtse binnenstad heeft een bovenregionale aantrekkingskracht: 48 procent van de bezoekers komt uit de stad zelf en 52 procent van buiten de stad (Strabo, 2009a). Van deze 52 procent is 30 procent (ruim een kwart van het totaal) afkomstig van buiten de provincie Utrecht. Het hoge voorzieningenniveau van de Utrechtse binnenstad zorgt voor deze relatief grote aantrekkingskracht voor mensen van verder. Andere redenen zijn de centrale ligging en de goede bereikbaarheid per openbaar vervoer.

De bezoekers die vanuit Utrecht zelf de binnenstad bezoeken vertonen een heel verspreid beeld. Opvallend is de sterke oververtegenwoordiging van mensen die uit de binnenstad zelf komen en een ondervertegenwoordiging van mensen die uit de verdere afgelegen wijken als Leidsche Rijn en Vleuten - De Meern en ook uit het zuiden van de stad. De bezoekers van de binnenstad wonen op gemiddeld 28 minuten van het centrum (Extenzio, 2009).



5.5.2 Overige bezoekerskenmerken

Het gemiddeld aantal bezochte winkels van de winkelbezoeker is met 1,6 ongeveer gelijk aan de vergelijkbare binnensteden. Als gekeken wordt naar de herkomst, bezoekt het winkelend publiek uit de regio Utrecht met 1,5 winkel per bezoek gemiddeld het grootste aantal winkels. Op zaterdag en koopavond worden gemiddeld de meeste winkels per bezoeker bezocht.

Wat betreft de bestedingen valt op dat bijna de helft van de bestedingen in de kleding- en schoenenwinkels wordt gedaan. Daarnaast zorgen de warenhuizen, die overigens ook een groot modeaanbod kennen, met 14 procent ook voor een relatief groot aandeel van de totale bestedingen. Ook het voor deze studie relevante DOG (duurzame en overige goederen) segment zorgt met 13 procent voor een behoorlijk aandeel van de bestedingen in de binnenstad.

Bijna de helft van de winkelbezoekers komt met meerdere personen naar de Utrechtse binnenstad (Strabo, 2009a). Daarnaast blijft een bezoeker gemiddeld 96 minuten in de Utrechtse binnenstad. Dit is twintig minuten langer dan de gemiddelde verblijfsduur in vergelijkbare binnensteden. Het hoge aantal voorzieningen en de aantrekkelijkheid van de binnenstad zijn aan te wijzen als belangrijke oorzaken hiervoor. Wat betreft de frequentie van het bezoek komt het winkelende publiek gemiddeld 2,1 keer per week naar de Utrechtse binnenstad.

5.5.3 Beoordeling binnenstad

Ruim 60 procent van het totaal aantal binnenstadbezoekers beoordeelt de binnenstad met een 8 of hoger, gemiddeld is de beoordeling een 7,7 (Strabo, 2009a). Deze gegevens zijn dus niet specifiek voor het winkelend publiek, maar geven toch relevante informatie over de waardering van voor deze studie relevante zaken in de Utrechtse binnenstad.

Het meest positief is men over de bereikbaarheid met het openbaar vervoer en de sfeer in de binnenstad (Strabo, 2009a). Het historische karakter van de binnenstad is de voornaamste reden voor de hoge waardering op het gebied van sfeer. De bereikbaarheid per auto en de parkeercapaciteit voor zowel fiets als auto daarentegen krijgen van de bezoekers gemiddeld slechts een krappe voldoende. Het parkeertarief voor de auto wordt door de bezoekers als slechtst beoordeeld; met een 4,3. Het winkelaanbod, wat interessant is voor deze studie, wordt door de bezoekers goed beoordeeld met gemiddeld een 7,7.

Ook uit het onderzoek van Extenzio (2009) komt naar voren dat de bezoekers van de Utrechtse binnenstad over het algemeen niet ontevreden zijn over het winkelaanbod, al vindt bijna de helft wel dat er teveel ketens in de binnenstad zijn. Utrecht beschikt dan ook, zeker vergeleken met vergelijkbare binnensteden, over een zeer uitgebreid en divers winkelaanbod (Strabo, 2009a).

5.6 Vervoerswijzen en P+R-locaties

De binnenstad van Utrecht is op veel verschillende manieren te bereiken. De best mogelijke manier om de binnenstad te bereiken is met het openbaar vervoer (Strabo, 2009a). Door de centrale ligging van Utrecht in Nederland is het centraal station één van de belangrijkste openbaar vervoer knooppunten van Nederland. Het station is de belangrijkste spil in het Nederlandse treinnetwerk en bij het station komt een uitgebreid stads- en steekbus netwerk samen. Daarnaast er is een regionale sneltramverbinding tussen Nieuwegein, IJsselstein en Utrecht centraal station.



Zoals de meeste historische binnensteden van Nederland kent Utrecht een relatief beperkte autobereikbaarheid en zijn de parkeertarieven erg hoog. Parkeren op straat is in de Utrechtse binnenstad vrijwel onmogelijk. Er is slechts een heel beperkt aantal plekken en deze zijn lastig te bereiken door het veelvuldig voorkomende eenrichtingsverkeer en de smalle en onregelmatige straten. Ook worden steeds meer van deze straatplaatsen opgeheven en vervangen door nieuwe parkeergarages en P+R-terreinen aan de rand van de stad (Gemeente Utrecht, 2010).

De gemeente wil het autoverkeer steeds meer uit de stad weren. Wel zijn er een aantal parkeergarages aanwezig in de binnenstad. Deze zijn relatief goed bereikbaar via een P-route, maar de drukte in de binnenstad zorgt ook op deze route vaak voor veel vertraging. De schaarste aan parkeerplaatsen is het grootst in de binnenstad waardoor deze parkeerplaatsen ook het duurst zijn (Gemeente Utrecht, 2010).

Wat verder opvalt wat betreft de parkeertarieven is dat deze in Utrecht nog hoger liggen dan in nagenoeg alle andere grote of naburige steden. Alleen het parkeren in de binnenstad van Amsterdam is duurder. Tabel 5.9 geeft hiervan een klein overzicht.

Stad	Maximale parkeertarief in binnenstad
Amsterdam	5,- euro
Utrecht	4,10 euro
Rotterdam	3,- euro
Den Haag	2,60 euro
Zwolle	2,60 euro
Amersfoort	2,30 euro
Groningen	2,05 euro
Gouda	1,50 euro

Tabel 5.9: Maximale parkeertarieven Utrecht en vergelijkbare binnensteden

5.6.1 Vervoerswijzen

Tabel 5.10 geeft een overzicht van vervoermiddelkeuzes van de bezoekers van de Utrechtse binnenstad in 2009 naar herkomst.

Vervoermiddel	Herkomst			
	Utrecht	Regio	Elders	Totaal
Lopend	37%	14%	9%	24%
Fiets en bromfiets	30%	9%	0%	18%
Auto en motor	5%	14%	11%	9%
Trein	1%	22%	62%	25%
Bus	27%	40%	16%	23%
Totaal	100%	100%	100%	100%

Tabel 5.10: Vervoermiddelkeuze binnenstadbezoeker Utrecht naar herkomst (Strabo, 2009a)



In tabel 5.10 is door het ontbreken van gegevens, geen onderscheid gemaakt naar de redenen van het bezoek aan de binnenstad. Volgens Strabo (2009a) komt de verdeling van de bezoekers van de binnenstad die primair komen om te winkelen, sterk overeen met de verdeling naar vervoermiddelkeuze van het totaal aantal bezoekers. Er zijn een aantal opvallende zaken waar te nemen uit tabel 5.10.

- Het autogebruik in het centrum van Utrecht met 9 procent erg laag. In 1993 was het aandeel autogebruik van de binnenstadsbezoekers in Utrecht nog een kleine 20 procent (van Kesteren et al., 1995). Overigens is dit aantal ook ten opzichte van vergelijkbare binnensteden erg laag. Zo was het aandeel binnenstadsbezoekers die met de auto zijn gekomen de afgelopen jaren in Groningen ongeveer 24 procent, in Enschede ongeveer 30 procent, in Rotterdam ongeveer 34 procent en in Alkmaar zelfs 50 procent.
- Het openbaar vervoer is verreweg het belangrijkste vervoermiddel onder de binnenstadbezoekers, bijna de helft van het totaal van de binnenstadbezoekers maakt hier gebruik van. Ter vergelijking met andere vergelijkbare binnensteden in Nederland ligt dit gebruik van het openbaar vervoer erg hoog, terwijl het autogebruik dus juist lager ligt. Het hoge aandeel busgebruikers van bezoekers die uit Utrecht komen is deels te verklaren door het hoge percentage studenten dat in Utrecht woont en over een OV-jaarkaart beschikt.
- Binnenstadbezoekers die in de binnenstad zelf of in de directe omgeving wonen komen hoofdzakelijk lopend en de Utrechters uit de andere wijken hoofdzakelijk met de fiets of met de bus. Bij de bezoekers die niet uit de stad Utrecht komen is het treingebruik het hoogst, gevolgd door de bus en de auto. Logischerwijs neemt het treingebruik onder de bezoekers bij de grotere afstanden sterk toe ten opzichte van het busgebruik.

Een opvallend gegeven is dat de bezoekers die met de auto komen aanzienlijk meer besteden in de binnenstad dan de bezoekers die met het openbaar vervoer naar de binnenstad komen (Strabo, 2009a). Omdat er slechts een gering aantal bezoekers met de auto naar de binnenstad komt, wordt slechts 13 procent van de totale omzet gegenereerd door bezoekers die met de auto komen. Daarentegen wordt 38 procent van de omzet gegenereerd door de binnenstadbezoekers die met het openbaar vervoer komen, 27 procent door de fietsers en 22 procent door de voetgangers. Tabel 5.11 geeft een compleet overzicht van de bestedingen naar vervoerswijze.

Besteding	Vervoerswijze					
	Lopend	(Brom)fiets	Auto/motor	Bus	Trein	Totaal
Niets	50%	44%	55%	45%	54%	49%
Minder dan 10 euro	22%	10%	10%	18%	8%	14%
10 tot 25 euro	6%	16%	6%	9%	17%	11%
25 tot 50 euro	7%	10%	7%	15%	4%	8%
50 tot 75 euro	2%	4%	4%	3%	6%	4%
75 euro of meer	12%	15%	19%	9%	11%	13%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<i>Gemiddelde besteding</i>	<i>26,47 euro</i>	<i>43,50 euro</i>	<i>39,83 euro</i>	<i>23,41 euro</i>	<i>23,78 euro</i>	<i>30,66 euro</i>

Tabel 5.11: Bestedingen naar vervoerswijze in de binnenstad van Utrecht (Strabo, 2009a)



5.6.2 P+R-locaties

Een laatste manier waarop mensen naar de binnenstad van Utrecht reizen is via een Parkeren en Reizen (P+R)-terrein; deze bezoekers gebruiken dus meerdere vervoerswijzen tijdens een verplaatsing. Hendriks (2010) ziet kansen voor een GUP op een dergelijk P+R-terrein omdat daar het goederen- en personenverkeer op een effectieve manier samen kan komen. De P+R-terreinen zijn bedoeld om het op de binnenstad georiënteerde autoverkeer aan de rand van Utrecht op te vangen en om de reizigers vervolgens vanaf het P+R-terrein met hoogwaardig openbaar vervoer (HOV⁸) naar de binnenstad te vervoeren (STOGO, 2008).

De P+R-terreinen zijn een belangrijk middel dat de gemeente Utrecht inzet bij het verminderen van het aantal auto's in de binnenstad en het bereikbaar houden van de binnenstad in het algemeen. Gemiddeld kost een parkeerkaart voor een gehele dag, inclusief OV-kaartje voor de inzittenden van de auto ongeveer 4 euro. Er zijn momenteel vier P+R-locaties in gebruik en zullen er in de nabije toekomst nog twee gerealiseerd worden (Gemeente Utrecht, 2009). Figuur 5.12 geeft een overzicht van de huidige P+R-terreinen en het toekomstige P+R-terrein Uithof. Het nieuw te ontwikkelen P+R-terrein Lage Weide ontbreekt in dit figuur.

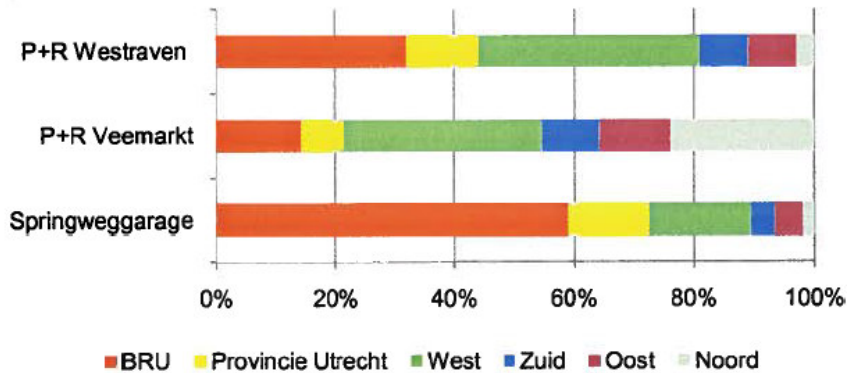


Figuur 5.12: P+R-locaties in Utrecht (Gemeente Utrecht, 2009)

P+R Westraven wordt verreweg het best bezocht met bijna 45.000 personen per jaar, die goed zijn voor ongeveer 30.000 auto's (STOGO, 2008). De P+R-terreinen worden voornamelijk bezocht door forensen en winkelbezoekers en deze komen voornamelijk van buiten de provincie Utrecht. Ook blijven de parkeerders gemiddeld meer dan vier uur in de stad. Figuur 5.13 op de volgende pagina geeft meer duidelijkheid over de herkomst van de parkeerders. Hierin worden de P+R-terreinen Westraven en Veemarkt afgezet tegen de Springweggarage in de binnenstad.

In de Springweggarage komt ruim 70 procent uit ten minste de provincie Utrecht, terwijl dit bij de P+R- Westraven ruim 40 procent is. Verder valt in figuur 5.13 op dat bij beide P+R-terreinen een relatief groot aandeel van bezoekers uit de westelijke provincies afkomstig is.

⁸ Tram of hoogwaardige frequent rijdende buslijnen



Figuur 5.13: Herkomst parkeerders P+R Westraven en Springweggarage (STOGO, 2008)

De P+R-gebruikers zijn volgens STOGO (2008) over het algemeen positief over de faciliteiten op de terreinen en de aansluiting op het openbaar vervoer. Ze zijn echter minder tevreden over de informatievoorziening, bereikbaarheid, verwijzing en de automaten.

Mensen die de P+R-terreinen niet bezoeken en hun auto in de binnenstad parkeren, doen dit overwegend uit gemak. Ondanks dat ze de autobereikbaarheid van de binnenstad over het algemeen slecht waarderen, vinden ze toch snel een parkeerplaats. Driekwart van mensen die met de auto naar de binnenstad komen, is bekend met de P+R-terreinen (STOGO, 2008). De voordelige prijzen en de aanwezigheid van het combikaartje (parkeren en openbaar vervoer) is echter nauwelijks bekend bij deze groep. Na kennisstelling van het goedkope combikaartje reageren de autobezoekers over het algemeen enthousiaster. Toch lijkt het P+R-gebruik voor deze groep nog steeds lastig, vooral bij grote aankopen. Ook zien deze mensen op tegen het wachten en overstappen op het openbaar vervoer.

De P+R-terreinen in Utrecht kunnen nog niet als succesvol bestempeld worden (STOGO, 2008). De bezoekers van de binnenstad met winkelmotief vormen een potentiële doelgroep van 600.000 parkeerdagen per jaar, maar er wordt daarvan momenteel slechts 3 procent bediend door de P+R-terreinen. Dit percentage ligt aanmerkelijk lager dan bijvoorbeeld in Den Bosch of Groningen die landelijk toonaangevend zijn op het gebied van de P+R-voorziening. Deze P+R-locaties zijn echter al langer in gebruik en onderzoek heeft aangetoond dat P+R-gebruik een aanloopperiode van 3 tot 5 jaar kent (STOGO, 2008). Utrecht moet zich daarom richten op verdere promotie van de P+R-terreinen. Daarbij moet de gemeente zich bij de recreatieve binnenstadbezoekers richten op gemak, duidelijkheid, zekerheid, veiligheid en de recreatieve en sociale aspecten: *“bij een dagje shoppen hoort P+R-parkeren”* (STOGO, 2008, p.9). Ook Extenzio (2009) komt tot de conclusie dat er nog veel kan verbeteren als het gaat om P+R-gebruik in Utrecht: *“Een volle, hobbende bus is onvoldoende compensatie voor de slechte autobereikbaarheid. P&R-faciliteiten kunnen veel aantrekkelijker”* (Extenzio, 2009, p.5).



5.7 Deelconclusie

In deze deelconclusie wordt kort antwoord gegeven op de drie deelvragen die in dit hoofdstuk centraal staan. De eerste deelvraag is:

- *Hoe ziet het winkelapparaat in de Utrechtse binnenstad eruit?*

In de binnenstad van Utrecht zijn tussen de 700 en 800 winkels gevestigd. Een derde van deze winkels maakt deel uit van een keten. Ondanks de sterke winkelfunctie van de Utrechtse binnenstad is het onderscheidend vermogen qua winkelen beperkt. De winkeliers zijn over het algemeen vrij positief over de binnenstad. Wel zijn er bij de ondernemers zorgen over de parkeercapaciteit en –tarief. Ruim 40 procent van de Utrechtse binnenstadondernemers hebben reeds, of denken op korte termijn over een webshop te beschikken, waarmee ze (deels) afwijken van het traditionele concept in de stedelijke distributie.

- *Hoe ziet de stedelijke distributie in de Utrechtse binnenstad eruit?*

Utrecht heeft met haar historische binnenstad relatief grote problemen met de stedelijke distributie. Om deze problemen tegen te gaan neemt Utrecht een vooruitstrevende positie in. Naast de meer gangbare maatregelen zijn bijvoorbeeld ook de Cargohopper en Bierboot initiatieven om de stedelijke distributie te verbeteren. Ook het GUP-concept is een innovatief logistiek concept waar de gemeente mee bezig is.

De stedelijke distributie in Utrecht gaat wekelijks gepaard met ongeveer 3.700 ritten en gemiddeld vinden in de Utrechtse binnenstad per winkel wekelijks 7,5 leveringen plaats. In de detailhandel heeft de sector in/om het huis te maken met relatief de meest inefficiënte distributie al hebben andere sectoren, zoals de modebranche, te maken met een veel hoger absoluut aantal leveringen. In de binnenstad wordt ten slotte zowel door de netwerkorganisaties als incidentele vervoerders 46 procent van de stedelijke distributie verzorgd. De incidentele vervoerder heeft daarvoor wel ruim acht keer zoveel ritten nodig en is dus veel minder efficiënt in de distributie.

- *Wie komen er winkelen in de Utrechtse binnenstad en wat zijn hun kenmerken en vervoerswijzen?*

Utrecht is één van de populairste binnensteden van Nederland met ongeveer 576.000 bezoekers per week. De binnenstad heeft een sterke bovenregionale aantrekkingskracht; 48 procent van de bezoekers komt uit de stad zelf en 52 procent vanuit de regio of nog verder. Twee derde van alle bezoekers komt naar de binnenstad om te winkelen. Een groot deel van het winkelend publiek komt om recreatief te winkelen. Daarnaast komt een relatief hoog percentage met meerdere personen naar de binnenstad en blijft de binnenstadbezoeker relatief lang. Het winkelende publiek is erg tevreden over de binnenstad van Utrecht en beoordeelt de bereikbaarheid met het openbaar vervoer en de sfeer gemiddeld het hoogst. Ontevreden zijn de bezoekers over de bereikbaarheid per auto en de parkeercapaciteit.



Slechts 9 procent van de binnenstadbezoekers komt met de auto. Dit percentage ligt ver onder het landelijk gemiddelde. De parkeerplaatsen in de binnenstad zijn dan ook schaars en erg duur. Bijna de helft van de bezoekers komt met het openbaar vervoer en ook de fiets en het lopen zijn velen malen populairder dan het binnenstadbezoek per auto. De autobezoekers besteden per persoon bijna twee keer zoveel als de bezoekers die met het openbaar vervoer komen, maar omdat dit slechts een klein percentage is, is de totale omzet gegenereerd uit bezoekers die per openbaar vervoer komen drie keer zo hoog. Het gebruik van de vier P+R-terreinen aan de rand van Utrecht is nog niet succesvol. Wel liggen hier grote kansen en lijken de gebruikers over het algemeen tevreden.





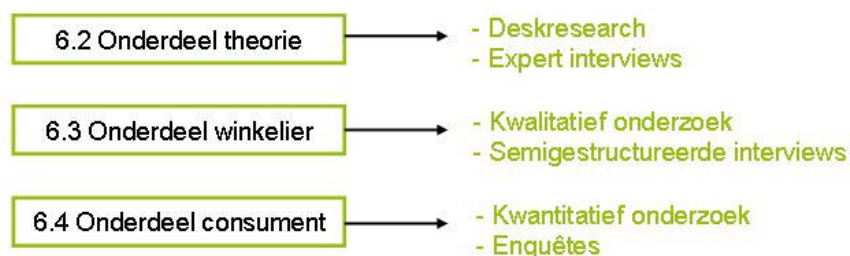
6. Methodologie

Dit hoofdstuk vormt de basis voor het empirische onderdeel van deze studie. De onderzoeksopzet komt aan bod en zowel de kwalitatieve als kwantitatieve onderzoeksmethoden worden geïntroduceerd en nader toegelicht. Bij de afwegingen in de keuze voor de methodologie is in dit hoofdstuk gebruikgemaakt van Baarda en de Goede (2001), Boeije (2008) en Bryman (2008).

6.1 Onderzoeksopzet

In deze deductieve studie worden twee onderzoeksmethoden gecombineerd. In het empirische onderzoek aan de kant van de winkelier staat het kwalitatieve onderzoek centraal en aan de kant van de consument het kwantitatieve onderzoek. In de theorie wordt dit *'multi stratagy research'* genoemd. Hierbij wordt een onderzoek op zowel kwalitatieve als kwantitatieve wijze uitgevoerd, waarna de resultaten na afloop met elkaar worden vergeleken en kunnen worden ont- of bekrachtigd. Hoewel de beide onderzoeksmethoden zich in deze studie richten op een andere populatie (winkeliers en consumenten), wordt toch toegewerkt naar de beantwoording van één centrale onderzoeksvraag. Beide onderzoeksmethoden dragen daaraan bij.

Naast deze twee onderzoeksmethoden is het theoretische onderdeel van deze studie gebaseerd op deskresearch en een tweetal expertinterviews. Figuur 6.1 geeft de methodologische opbouw van deze studie en de daarbij horende indeling van dit hoofdstuk weer.



Figuur 6.1 : Opbouw hoofdstuk 6

6.2 Theorie

Hoofdstuk 1 tot en met 5 van deze studie zijn theoretisch van aard. De basis van deze hoofdstukken is gelegd doormiddel van een uitgebreid deskresearch. Als aanvulling op deze literatuurstudie zijn er een tweetal expertinterviews gehouden. Het doel van deze interviews is het verbreden van de kennis als toevoeging op de deskresearch. Via de expertinterviews is getracht achter zoveel mogelijk verborgen kennis te komen; kennis die niet vastgelegd is op schrift ofwel *'tacit knowledge'*.

"Bij het leren van experts komt 'tacit knowledge' ofwel ervaringskennis om de hoek kijken. Omdat ervaringskennis zo persoonlijk en contextgebonden is, kan deze moeilijk zichtbaar gemaakt of in woorden gevangen worden." (Dekker et al., 2000, p.48).



Beide interviews hebben betrekking op de logistiek en de volgende sleutelpersonen staan centraal:

- **De heer Walther Ploos van Amstel:**
 - Onderzoeker en senior adviseur op het gebied van logistiek en stedelijke distributie, zowel vanuit TNO Mobiliteit en Logistiek als vanuit verschillende universiteiten.
 - Professor logistiek aan de Nederlandse Defensie Academie.
 - Voorzitter van de commissie Award Stedelijke Distributie.
 - Deelnemer aan verschillende initiatieven op het gebied van stedelijke distributie.

Het belangrijkste doel van het interview met de heer Ploos van Amstel is het verbreden van de (theoretische) kennis over logistiek en stedelijke distributie: de problemen daarmee en (potentiële) oplossingen.

- **Mevrouw Birgit Hendriks:**
 - Projectmanager Binnenstadservice Nederland
 - Mediator Mosaikk Mediation

Het belangrijkste doel van het interview met mevrouw Hendriks is het verkrijgen van diepgaande informatie over het project 'Binnenstadservice Nijmegen': het succes, de problemen en de toekomst. Op deze manier kan de vergelijking met het GUP-concept in Utrecht gemaakt worden. De Binnenstadservice Nijmegen dient als voorbeeldconcept.

De uitwerking van beide interviews is terug te vinden in bijlage 11.4.

6.3 Winkelier

Een eerste onderdeel van het empirische onderdeel van deze studie zijn interviews. Middels deze kwalitatieve onderzoeksmethode is het onderzoek aan de aanbodzijde van de binnenstad uitgevoerd; verschillende winkeliers zijn geïnterviewd.

6.3.1 Interviews met winkeliers

Interviewen is de manier om te achterhalen wat mensen doen en de gedachte daarachter; waarom ze iets doen. Een belangrijk voordeel van interviewen is *“dat je niet alleen te weten kunt komen wát mensen doen, maar vooral ook waaróm ze het doen”* (Baarda & de Goede, 2001, p.223). In deze studie worden verschillende winkeliers geïnterviewd. Om te achterhalen of de winkeliers in de Utrechtse binnenstad een GUP haalbaar achten, is het doorvragen naar redenen achter de distributie van de winkels essentieel.

De interviews zijn semigestructureerd van aard. Er bestaat wel een duidelijk, uit de deskresearch voortkomend verwachtingspatroon, maar ook onverwachte antwoorden worden zeker niet uitgesloten. In de interviews wordt voornamelijk gebruikgemaakt van open vragen, maar staan bij veel vragen wel verschillende, uit de deskresearch voortkomende, factoren die door de interviewer waar nodig genoemd kunnen worden. Via deze weg kan het interview door de interviewer worden gestuurd. Toch bepaalt ook de geïnterviewde met zijn of haar antwoorden een deel van de lijn van het vooraf opgestelde interview. In de volgende subparagraaf wordt dieper ingegaan op het interview zelf.



Een risico aan het afnemen van interviews is dat deze soms onbetrouwbare informatie kunnen opleveren. Mensen zijn niet altijd bewust van hun eigen gedrag en ook niet van de gevolgen hiervan. Zo heeft men vaak een gekleurde kennis van het eigen gedrag. Daarnaast geeft men ook graag sociaal wenselijke antwoorden en vertelt men liever positieve dan negatieve dingen. Om dit soort zaken zoveel mogelijk uit te sluiten zijn er controlevragen opgenomen in het interview en wordt er tijdens het interviewen zoveel mogelijk doorgevraagd.

6.3.2 Opbouw interview

Aan de hand van de interviews met de winkeliers wordt antwoord gegeven op de volgende twee deelvragen:

- *Welke factoren zijn van invloed op de houding van winkeliers in de Utrechtse binnenstad ten opzichte van de stedelijke distributie?*
- *In welke mate leent de stad Utrecht zich wat betreft de winkeliers voor het GUP-concept?*

Om tot een beantwoording van deze deelvragen te komen, is het interview opgedeeld in een vijftal onderdelen. De eerste vier onderdelen zijn gebaseerd op een aantal factoren die voortkomen uit de deskresearch van deze studie. Met behulp van het schema uit figuur 6.2 wordt gekeken welke factoren invloed hebben op de houding van de winkeliers ten opzichte van de stedelijke distributie. Het vijfde onderdeel van het interview gaat in op het GUP-concept zelf en bekijkt tezamen met de eerste vier onderdelen of het GUP-concept in Utrecht haalbaar is wat betreft de winkeliers.



Figuur 6.2 : Opbouw interview schematisch weergegeven

Onderdeel één: gegevens winkel

Middels het eerste onderdeel 'gegevens winkel' wordt gekeken of de winkel interessant lijkt voor het GUP-concept. Alle winkels waarvan iemand is geïnterviewd, zijn geselecteerd aan de hand van een criterialijst die in de subparagraaf 6.3.3 aan bod komt. Daardoor lijken al deze winkels op basis van de deskresearch mogelijk geschikt voor het GUP-concept. Dit eerste onderdeel van het interview gaat dat nogmaals na, zonder verder op de stedelijke distributie van de winkel in te gaan. Daarbij staan de volgende factoren centraal:

- Branche/soort goederen.
- Aantal vestigingen ((grote) keten of niet).
- Oppervlakte winkel/oppervlakte voorraad (verhouding).
- Aantal (kopende) bezoekers per dag.
- Herkomst bezoekers.

Onderdeel twee: gegevens stedelijke distributie

Middels het tweede onderdeel 'gegevens stedelijke distributie' wordt achterhaald hoe de bevoorrading van de winkels in elkaar steekt en hoe de winkeliers daarmee omgaan. Uit de deskresearch zijn verschillende factoren voortgekomen die deze distributie kenmerken en van invloed kunnen zijn op de haalbaarheid van het GUP-concept. Deze factoren hebben net als de



factoren uit onderdeel één geen directe relatie met de houding van de winkelier, maar hebben daar wel invloed op. De volgende factoren staan in dit onderdeel centraal:

- Huidig logistiek concept:
 - strategie winkel;
 - structuur goederenstroom;
 - logistieke organisatie.
- Soort distributie:
 - netwerk, centrale of incidentele distributie;
 - wie is de vervoerder;
 - mate van verandering.

Onderdeel drie: tevredenheid stedelijke distributie

Middels het derde onderdeel *'tevredenheid stedelijke distributie'* wordt de houding van de winkelier ten opzichte van de eigen distributie achterhaald. Uit de deskresearch zijn verschillende factoren voortgekomen die deze tevredenheid kunnen bepalen. Hierbij zijn vooral de problemen en oplossingen van de huidige stedelijke distributie bepalend. Door eerst naar de algemene tevredenheid te vragen en vervolgens in te gaan op deze factoren wordt getracht de houding van de winkelier zo betrouwbaar mogelijk te achterhalen. Bij de vorige twee onderdelen waren de factoren nog direct van invloed op de winkel en de stedelijke distributie en slechts indirect ook op de houding van de winkelier. In dit derde onderdeel zijn de factoren direct van invloed op de houding van de winkelier ten opzichte van de stedelijke distributie. In dit onderdeel staan de volgende factoren centraal:

- Problemen winkelier:
 - flexibiliteit;
 - tijdstip leveringen;
 - punctualiteit leveringen;
 - bereikbaarheid winkel;
 - hinder / regelgeving;
 - voorraad;
 - kosten.
- Verwachte problemen consumenten:
 - attractiviteit binnenstad;
 - luchtkwaliteit;
 - bereikbaarheid;
 - veiligheid;
 - overlast vrachtverkeer.

Onderdeel vier: voorwaarden nieuwe stedelijke distributie

Middels het vierde en laatste onderdeel *'voorwaarden nieuwe stedelijke distributie'*, dat gebaseerd is op de factoren die voorkomen uit de deskresearch, wordt de houding van de winkelier ten opzichte van eventuele veranderingen in de stedelijke distributie achterhaald. Dit gebeurt overigens zonder dat de winkeliers enige kennis hebben van het GUP en de werking daarvan, dat wordt pas na dit onderdeel geïntroduceerd. De volgende factoren staan in dit onderdeel centraal:



- Betrouwbaarheid distributie.
- Gemak winkelier.
- Gemak klant.
- Kosten (voor consument & winkelier).
- Voorraad (verruiming of verplaatsing).
- Veiligheid goederen en personen.
- Beschikbaarheid (openings- of bezorgtijden & evt. ligging).
- Locatie.
- Beheer en exploitatie.

Onderdeel vijf: GUP

Na deze vier onderdelen is zowel de geschiktheid van de winkel voor het GUP-concept, als de houding van de winkelier ten opzichte van de huidige stedelijke distributie en mogelijke veranderingen daarin achterhaald. Dit alles is gebaseerd op factoren die voortkomen uit de deskresearch. Na een korte inleiding van het GUP-concept en de eventuele plannen van de gemeente Utrecht daarmee, wordt in het vijfde onderdeel 'GUP' nog kort gevraagd naar de eerste indruk van de winkelier van dit concept. Daarmee kan in de analyse van de interviews nog concreter ingegaan worden op de haalbaarheid van het GUP aan de aanbodzijde; de kant van de winkeliers.

De complete opzet van het interview is terug te vinden in bijlage 11.2.

6.3.3 Winkelkeuze

Om tot de uiteindelijke selectie van winkels te komen die voor deze studie interessant lijken, is in eerste instantie vanuit het totaal aanbod van winkels in de Utrechtse binnenstad een voorselectie gemaakt. Er zijn een vijftal, uit de deskresearch voortkomende criteria, van invloed op de keuze. De geselecteerde winkels voldoen in ieder geval voor een groot deel aan de volgende vijf criteria:

Winkels gevestigd in de historische binnenstad

De grootste problemen met de stedelijke distributie doen zich voor in de historische binnensteden, waar de bereikbaarheid over het algemeen slecht is. Daarnaast is onder winkelcentrum Hoog Catharijne een bevoorradingssysteem aanwezig. Daarom worden vooral winkels uit de historische binnenstad van Utrecht geselecteerd. In hoofdstuk 5 is duidelijk geworden dat een groot deel van de winkels gevestigd is in de historische binnenstad van Utrecht.

Winkels die moeilijk hanteerbare goederen verkopen

Het GUP is vooral geschikt voor moeilijk hanteerbare goederen. Daarom worden vooral winkels geselecteerd die deze moeilijk hanteerbare goederen verkopen, zoals elektronica-, serviezen of meubelwinkels. Voor deze goederen is het voor de consument namelijk handig of soms zelfs noodzakelijk de auto in de directe nabijheid te parkeren. Hierbij speelt de factor gemak een grote rol. Als gekeken wordt naar de winkelbranches die te maken hebben met moeilijk hanteerbare goederen, heeft in Utrecht vooral de branche 'in- en om het huis' te maken met een inefficiënte logistiek. Als teruggegrepen wordt naar tabel 5.2 uit hoofdstuk 5 kan worden geconcludeerd dat slechts de 35 procent van de winkels in de branche overig detailhandel mogelijk moeilijk hanteerbare goederen verkopen. Dit is echter een erg brede branche waardoor het waarschijnlijk is dat slechts een percentage dat veel kleiner is dan 35 procent geschikt kan zijn voor het GUP-concept.



Winkels die gebruikmaken van incidentele distributie

Winkels die gebruikmaken van de inefficiënte incidentele distributie zijn over het algemeen de wat kleinere winkels die geen deel uitmaken van grote ketens. Deze incidentele distributie zorgt voor de meeste overlast in de binnenstad. Daarom worden vooral winkels geselecteerd waarvan verwacht wordt dat ze gebruikmaken van incidentele distributie.

Winkels die geen deel uitmaken van grote ketens

Grote ketens werken in veel gevallen al met een goed doordachte logistiek. Deze winkels zullen daarom niet snel meewerken aan een innovatief logistiek systeem. Voor het GUP zijn in eerste instantie juist de meest enthousiaste winkeliers noodzakelijk om het benodigde vertrouwen te kweken. Daarom worden vooral winkels geselecteerd die geen deel uitmaken van grote ketens.

Winkels die te maken hebben met een frequente bevoorrading

De ene winkel in de binnenstad is drukker dan de andere. Om het GUP een succes te laten worden, is een regelmatig bezoek van zowel distributeur als consument noodzakelijk; er dienen frequent goederen verkocht te worden. Daarom zijn de hele kleine winkels niet direct interessant voor het GUP. Het volume goederen is daar zo klein, dat het niet logisch lijkt een GUP in te voeren in het logistieke concept. Daarom worden de allerkleinste winkels niet geselecteerd.

De voorselectie is gebaseerd op de website van Hoog Catharijne en eigen observatie. Op basis van de selectiecriteria zijn 19 winkels geselecteerd. Negen winkels zijn uiteindelijk geselecteerd voor de steekproef waar één winkel aan toegevoegd is: De Bijenkorf. Dit warehouse voldoet voor een groot deel niet aan de selectiecriteria, maar is daarentegen wel een grote trekker van de Utrechtse binnenstad. Voor de verdere selectie is een bezoek gebracht aan alle 19 winkels uit de voorselectie. Daarbij is gelet op spreiding van de verschillende branches, locaties van de winkels en nog eens op geschiktheid van de winkel. Het personeel van een vijftal winkels uit de voorselectie was niet bereid om mee te werken, waardoor de non-respons is uitgekomen op vijf.

Tabel 6.3 op de volgende pagina toont de gehele voorselectie met daarbij enkele kenmerken van de winkels. De negen winkels die naast de Bijenkorf zijn geselecteerd voor een interview met een sleutelpersoon, zijn dikgedrukt afgebeeld in de tabel.

De uitwerking van de tien interviews is terug te vinden in bijlage 11.3.

6.3.4 Manier van analyse

Bij de analyse van het interview wordt gewerkt via de opbouw van het interview zelf. Middels verschillende tabellen worden de antwoorden van de tien verschillende winkeliers tegen elkaar afgezet. Uiteindelijk wordt vervolgens met behulp van deze uiteenzetting antwoord gegeven op de deelvragen.

Coderen is het belangrijkste middel bij het analyseren van kwalitatieve interviews waar lange antwoorden in voorkomen. Verschillende thema's of categorieën worden daarbij door de onderzoeker vastgesteld en vervolgens worden deze benoemd met een code. Hiermee kunnen de langere antwoorden gereduceerd worden tot enkele kernwoorden. Omdat er na het coderen ook structuur zit in deze kernwoorden, kunnen ze gemakkelijk met elkaar worden vergeleken.



In de analyse van deze studie wordt maar bij enkele antwoorden van de interviews gecodeerd. Dit omdat er in het interview slechts enkele vragen voorkomen die lange of ongestructureerde antwoorden oproepen. Ook gaat het slechts om een klein aantal interviews, waardoor het vergelijken van de antwoorden niet al te complex is. Verder is bij veel van de vragen vooraf al een soort codeboek opgemaakt. Hierin staan de factoren, voortkomend uit de deskresearch, die gedurende het interview door de interviewer worden aangestipt als het antwoord volgens hem niet volledig is. Daardoor komen al deze factoren aan bod en ontstaat structuur in de antwoorden. Hierdoor is het coderen bij deze vragen dus overbodig, in feite is dit vooraf al gedaan.

Winkel	Branche	Locatie
Apple	Computer	Historische binnenstad
Ballast Bedtextiel	Bedtextiel en dergelijke	Hoog Catharijne
Combo Design	Inrichting & meubels	Binnenstad
De Duif	Verlichting	Historische binnenstad
Dille en Kamille	Inrichting & meubels	Historische binnenstad
Dixons	Elektronica	Historische binnenstad
Domstad slaapspecialist	Slaapkamer & bedden	Historische binnenstad
Halfords	Auto & fiets	Hoog Catharijne
It's	Elektronica	Binnenstad
Lundia	Inrichting & meubels	Binnenstad
Kwartier	Interieur (vooral klokken & lampen)	Historische binnenstad
Leeuwin's serviezenhuis	Serviezen	Historische binnenstad
Morpheus	Slaapkamer & bedden	Historische binnenstad
Mycom	Computer	Binnenstad
Nachtleven	Slaapkamer & bedden	Binnenstad
Riviera Maison	Inrichting & meubels	Historische binnenstad
Schrandt	Koffers	Historische binnenstad
Steenweg	Elektronica	Historische binnenstad
Van Pommeren	Espressomachines, koffie- en keukenapparatuur	Historische binnenstad

Tabel 6.3: Selectie winkels



6.4 Consument

Het tweede onderdeel van het empirische onderdeel van deze studie zijn enquêtes. Middels deze kwantitatieve onderzoeksmethode is het onderzoek aan de vraagzijde van de binnenstad uitgevoerd; het winkelende publiek is geënquêteerd.

6.4.1 Enquête met winkelend publiek

Er is in dit onderzoek gekozen voor een volledig gestructureerd interview: een enquête. Hierbij krijgen alle respondenten met exact dezelfde enquête te maken. Ook staat de volgorde van de vragen vooraf vast en is de meerderheid van de vragen gesloten; de antwoordmogelijkheden zijn vooraf al vastgesteld. De belangrijkste reden voor de keuze voor deze onderzoeksmethode is het grote aantal respondenten waarop gemikt wordt en de geschiktheid ervan voor een statistische analyse.

De enquête is in zijn geheel mondeling afgenomen. De belangrijkste reden hiervoor is de doelgroep. Het winkelende publiek in de Utrechtse binnenstad is het best te bereiken door het aanspreken op straat. Een tweede belangrijke reden is de complexiteit van het onderwerp. Alle vragen moeten bij een schriftelijke enquête simpel zijn zodat ze voor de respondent gemakkelijk te begrijpen zijn. Door de complexiteit van het onderwerp van deze studie is het echter zo nu en dan nodig om toelichting te geven bij enkele vragen. Daarvoor leent een mondelinge afname zich meer dan een schriftelijke. Een derde reden voor de keuze van het mondeling afnemen van de enquêtes is de opbouw van de enquête. Er zitten in de enquête enkele aparte vragen voor de auto-, OV-, of P+R-reizigers en een goede manier van doorverwijzen en invullen is daarbij van groot belang. Een laatste voordeel van het mondeling afnemen van de enquête is de zekerheid van het correct invullen. Bij een schriftelijke afname van de enquête is dit nauwelijks te controleren.

Een belangrijk nadeel van het mondeling afnemen, is de tijd die het in beslag neemt voor zowel de onderzoeker als de respondent. Bij een schriftelijke enquête hoeft de onderzoeker de enquêtes alleen maar uit te zetten en de doelgroep erop te attenderen, terwijl een mondeling afname veel meer tijd kost. Daarnaast is de consument bereid meer tijd te steken in een schriftelijke enquête dan tijdens het winkelen op straat. Daarom is de enquête voor de respondent zo compact mogelijk gehouden en zijn de vragen scherp geformuleerd, vaak in de vorm van een stelling. Aan de kant van de onderzoeker is dit probleem deels ondervangen door ondersteuning bij de het enquêteren. Naast de onderzoeker zijn nog zeven mensen betrokken geweest bij het afnemen van de enquête. Een belangrijk nadeel hiervan is echter dat de onderzoeker niet de volledige zekerheid heeft dat de antwoorden correct zijn ingevuld. Dit probleem is zoveel mogelijk ondervangen door het enquêteren uit te besteden aan betrouwbare enquêteurs en bekenden van de onderzoeker en deze vervolgens zo goed mogelijk te instrueren en controleren.

De respondent voelt zich bij een schriftelijke enquête over het algemeen anoniemer, zodat er bij een mondelinge enquête meer kans is op sociaal wenselijke antwoorden. Om deze sociaal wenselijke antwoorden te ondervangen, zijn bij het opstellen van de enquête enkele controlevragen opgenomen. Het belang hiervan is groot omdat het thema van de vragenlijst neigt naar het oproepen van deze sociaal wenselijke antwoorden.



6.4.2 Opbouw enquête

Aan de hand van de enquêtes met het winkelende publiek wordt antwoord gegeven op de volgende twee deelvragen:

- *Wat is de houding van consumenten ten opzichte van het GUP-concept?*
- *In welke mate leent de stad Utrecht zich wat betreft de consumenten voor het GUP-concept?*

Om tot een beantwoording van deze deelvragen te komen, is het interview opgedeeld in een drietal hoofdonderdelen: winkelgedrag, reisgedrag en persoonskenmerken. Deze drie onderdelen van de enquête zijn gebaseerd op factoren die voortkomen uit de deskresearch van deze studie. Middels het schema uit figuur 6.4 wordt gekeken welke factoren invloed hebben op de houding van de consumenten ten opzichte van het GUP-concept en vervolgens de haalbaarheid van het GUP zelf



Figuur 6.4 : Opbouw enquête schematisch weergegeven

Onderdeel één: winkelgedrag

Middels het eerste onderdeel 'winkelgedrag' van de enquête wordt het winkelgedrag van de respondenten achterhaald. In de deskresearch zijn verschillende factoren naar voren gekomen die van invloed zijn op het winkelgedrag van de consument of dit gedrag kunnen verklaren. Het gaat hierbij om factoren die te maken hebben met de winkelgebiedkeuze van Utrecht, het winkelbezoek in Utrecht en het winkelgedrag in het algemeen. In dit onderdeel van de enquête wordt gekeken welke factoren invloed hebben op de houding van de consumenten aangaande het winkelgedrag of dit gedrag kunnen verklaren. Daarmee wordt in dit onderdeel van de enquête toegewerkt naar het tweede blokje van het schema in figuur 6.4. Daarnaast worden de factoren in een later stadium gecombineerd met enkele factoren uit onderdeel 2 'reisgedrag', waarmee een completer beeld van de houding van de consumenten kan worden geschetst. De volgende factoren staan in dit onderdeel centraal:

- Winkelgebiedkeuze:
 - winkelapparaat;
 - voorzieningen / sfeer;
 - bereikbaarheid;
 - afstand tot winkellocatie.
- Winkelbezoek:
 - frequentie bezoek;
 - hoeveel winkels;
 - gericht winkelen;
 - funshoppen.
- Winkelgedrag:
 - beleving;
 - gemak;
 - tijd;
 - reisgedrag;
 - routinegedrag (komt aan bod bij het derde onderdeel: 'persoonskenmerken').



Onderdeel twee: reisgedrag

Middels het tweede onderdeel '*reisgedrag*' wordt het reisgedrag van de consumenten achterhaald. Hierbij gaat het in veel gevallen om het reisgedrag van en naar de winkellocatie en soms om het reisgedrag in het algemeen. Daarnaast worden er verbanden gelegd met het winkelgedrag (in verschillende vragen in de enquête komt ook dit winkelgedrag terug). In eerste instantie wordt ook in dit onderdeel toegewerkt naar de houding van de consument aangaande het reisgedrag (blokje twee in figuur 6.4). Er wordt gekeken welke factoren daadwerkelijk van invloed zijn op dit reisgedrag. Dit onderdeel wordt afgesloten met enkele bepalende vragen die direct ingaan op de houding van de consument en de haalbaarheid van het GUP in Utrecht. Daarmee kan de overstap naar het derde blokje in het schema in figuur 6.4 worden gemaakt.

In de enquête is het onderdeel '*reisgedrag*' opgedeeld in vier onderdelen:

- Een algemeen deel, bedoeld voor alle respondenten. In dit onderdeel wordt de vervoermiddelkeuze bepaald en komt aan bod welke factoren de algemene houding van de respondent aangaande het reisgedrag bepalen.
- Het onderdeel '*autoreizigers*', bedoeld voor de respondenten die met de auto naar de Utrechtse binnenstad zijn gekomen. In dit onderdeel komt aan bod welke factoren de keuze voor de auto bepalen en of de auto altijd wordt gebruikt om naar de binnenstad te komen. Daarnaast wordt ingegaan op het niet gebruiken van de P+R-locaties.
- Het onderdeel '*niet-autoreizigers*', bedoeld voor alle overige respondenten. Ook de respondenten die gebruikmaken van een P+R-locatie vallen hieronder omdat zij de binnenstad bereiken met de bus of tram. In dit onderdeel komt aan bod welke factoren de keuze voor een vervoermiddel anders dan de auto bepalen en of deze respondenten altijd zonder auto naar de binnenstad afreizen.
- Het onderdeel '*P+R-gebruikers*', bedoeld voor de respondenten die gebruikmaken van een P+R-locatie. In dit extra onderdeel van de enquête wordt bekeken of de respondenten die al gebruikmaken van P+R, hier ook tevreden over zijn en of er verbeteringen mogelijk zijn.

De volgende factoren staan in dit onderdeel centraal:

- Captive.
- Routinegedrag.
- Autobeschikbaarheid (komt aan bod bij het derde onderdeel: 'persoonskenmerken').
- Bereikbaarheid en beschikbaarheid parkeervoorziening.
- Tijd.
- Gemak.
- Kosten.
- Winkelgedrag.
- P+R-gebruik:
 - bekendheid P+R;
 - routinegedrag;
 - kwaliteit P+R;
 - kwaliteit aanvullend OV.



Onderdeel drie: persoonskenmerken

Het derde onderdeel van de enquête gaat in op de meer statische persoonskenmerken van de consument. Ook komen er nog twee factoren aan bod die invloed kunnen hebben op de houding van respectievelijk het winkel- en reisgedrag: gebruik van internetwinkelen/thuisbezorging en autobeschikbaarheid. Daarnaast staan de volgende factoren centraal in dit onderdeel:

- Woonplaats.
- Geslacht.
- Leeftijd.

In paragraaf 6.3.4 wordt verder ingegaan op de analyse van de enquête.

De complete enquête is terug te vinden in bijlage 11.5.

6.4.3 Opzet enquête

De populatie voor de enquête bestaat uit het winkelende publiek in de Utrechtse binnenstad. Om tot een representatieve steekproef te komen, is de target voor het aantal respondenten bij de enquête tussen de 300 en 400 gesteld. Daarbij moeten ook de drie keuzeonderdelen van de enquête voldoende keren worden ingevuld. Aangezien uit de deskresearch naar voren is gekomen dat slechts 9 procent van het winkelend publiek met de auto naar de binnenstad van Utrecht komt, levert dit voor het onderdeel '*niet-autoreizigers*' geen problemen op. De overgrote meerderheid van het winkelende publiek in de Utrechtse binnenstad valt namelijk onder deze categorie.

Bij een random steekproef onder de bezoekers van de Utrechtse binnenstad zou er echter een sterke ondervertegenwoordiging ontstaan bij de autoreizigers en P+R-gebruikers. Daarom is voor deze beide groepen vooraf een target gesteld. De target voor de autoreizigers is gesteld op 100 respondenten. Omdat slechts 3 procent van de binnenstadbezoekers die komen winkelen parkeert op een P+R-locatie is deze groep het lastigst te bereiken. Voor deze groep combinatierizigers is de target gesteld op 40 respondenten. Beide targets zijn uiteindelijk gehaald zoals te zien is in tabel 6.5. Gevolg hiervan is echter wel een sterke oververtegenwoordiging in de steekproef van het aantal autoreizigers en het aantal respondenten dat met de tram (P+R Westraven) naar de binnenstad van Utrecht is gekomen. De steekproef is daarom niet representatief voor de gehele populatie van het winkelende publiek in de binnenstad van Utrecht.

De non-respons tijdens het enquêteren is fors gebleken. Gemiddeld bleek slechts één op de tien respondenten bereid mee te werken aan de enquête. Toch is het uiteindelijke aantal respondenten uitgekomen op 365 (zie tabel 6.5), ruim boven de minimale target.

Subonderdeel	Target (minimaal)	Aantal respondenten
Autoreizigers	100	119
Niet-autoreizigers	160	195
P+R-gebruikers	40	51
Totaal	300	365

Tabel 6.5: Aantal respondenten per subonderdeel van de enquête



Om de gestelde targets te halen, is op verschillende plaatsen in de binnenstad geënkquêteerd. Naast de random locaties in de historische binnenstad is bijvoorbeeld veelvuldig rond de drukke parkeergarages in de binnenstad geënkquêteerd en op de P+R Westraven. In winkelcentrum Hoog Catharijne is niet geënkquêteerd omdat hier geen toestemming voor is gegeven door de eigenaar Corio. Hieronder volgt overzicht van de belangrijkste enkquêteelocaties:

- Random in de binnenstad:
 - drukke winkelstraten en pleinen binnenstad;
 - markt Vredenburg;
 - OV-terminal Utrecht Centraal (vooral de tramhalte);
 - rond de voor deze studie geselecteerde winkels.
- Parkeergarages binnenstad:
 - La Vie;
 - Springweg;
 - Catharijnegarages;
 - Vredenburg.
- P+R Westraven.

Er is voor deze studie uiteindelijk op vijf verschillende dagen en door acht verschillende mensen geënkquêteerd. Hierbij is gelet op de spreiding van de dagen door de week, wat kan zorgen voor een verschillend publiek. De enkquêtedagen waren:

- **Donderdag 22 april 2010:**
 - overdag tussen 10.00 uur en 15.00 uur;
 - tijdens de koopavond tussen 17.30 uur en 21.30 uur;
 - zonnige dag, in de middag ongeveer 16 graden.
- **Vrijdag 23 april 2010:**
 - overdag tussen 10.30 uur en 17.00 uur;
 - zonnige dag, in de middag ongeveer 18 graden.
- **Dinsdag 27 april 2010:**
 - overdag tussen 10.00 uur en 15.00 uur;
 - zonnige dag, in de middag ongeveer 20 graden.
- **Zaterdag 8 mei 2010:**
 - overdag tussen 10.00 uur en 18.00 uur;
 - grauwe dag, af en toe regenbui, in de middag ongeveer 10 graden;
 - bijzonderheid: laatste zaterdag van de meivakantie.
- **Zaterdag 15 mei 2010**
 - Overdag tussen 10.00 uur en 18.00 uur;
 - Droog en af en toe zon, in de middag ongeveer 14 graden.



6.4.4 Manier van analyse

Bij de analyse wordt allereerst ingegaan op de voor deze studie relevante gegevens van de respondenten. Daarbij moet onder meer gedacht worden aan de vervoerswijzen en herkomst van de respondenten.

Vervolgens wordt er ingegaan op de houding van de consumenten wat betreft het GUP-concept. Hierbij wordt gekeken welke factoren invloed hebben op deze houding en wat de relatie is tussen het winkelgedrag van de consument en de houding ten opzichte van het GUP-concept.

Daarna wordt een onderscheid gemaakt in de verschillende vervoerswijzen en wordt ingegaan op het reisgedrag. Hierbij worden de verschillen tussen de bijvoorbeeld de auto-, OV- en P+R-reizigers duidelijk. In deze paragraaf wordt steeds een terugkoppeling gemaakt naar de eerste conclusies wat betreft de houding van deze groepen reizigers betreffende het GUP-concept.

In de conclusie wordt ten slotte antwoord gegeven op de beide deelvragen die in dit hoofdstuk centraal staan.

De enquête wordt geanalyseerd middels het programma SPSS Statistics. De keuzes wat betreft de analyse zijn voornamelijk genomen met behulp van het boek Basishandboek SPSS 11 voor Windows van de Vocht (2002).





7. Winkeliers en het GUP

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de interviews met de winkeliers gepresenteerd. Als input dienen de tien interviews met de winkeliers, aan de aanbodzijde van de binnenstad (te vinden in bijlage 11.3). De volgende twee deelvragen staan centraal:

- *Welke factoren zijn van invloed op de houding van winkeliers in de Utrechtse binnenstad ten opzichte van de stedelijke distributie?*
- *In welke mate leent de stad Utrecht zich at betreft de winkeliers voor het GUP-concept?*

Deze twee deelvragen worden in de deelconclusie, aan het eind van dit hoofdstuk beantwoord. Daarvoor worden de uitkomsten van de interviews gestructureerd uiteengezet, volgens dezelfde opbouw als het interview zelf. Deze opbouw is terug te vinden in subparagraaf 6.2.2. De uitwerking van de tien interviews zelf is terug te vinden in bijlage 11.3.

7.1 Gegevens winkeliers

Tabel 7.1 op de volgende pagina geeft een beknopt overzicht van de gegevens van de tien winkels. Deze achtergrondgegevens zijn de eerste factoren die de haalbaarheid van het GUP aan de aanbodzijde in Utrecht helpen te bepalen.

De tien winkels zijn verdeeld over grofweg zeven verschillende branches. Daarmee zijn nagenoeg alle branches waar in de Utrechtse binnenstad voor de consument moeilijk hanteerbare goederen worden verkocht in de steekproef vertegenwoordigd. Alleen bij Ballast Bedtextiel, Bijenkorf en Riviera Maison zijn de meeste verkochte goederen niet moeilijk hanteerbaar. Toch worden dergelijk moeilijk hanteerbare goederen ook bij deze winkels verkocht.

De meeste winkels hebben een regionale functie. Hiermee wordt bedoeld dat de mensen die de winkel gericht bezoeken uit de stad Utrecht of de regio Utrecht komen. Eigenlijk alleen Van Pommeren en in mindere mate Combo Design hebben een bovenregionale functie. Overigens geven vrijwel alle winkels aan dat er regelmatig klanten van buiten de regio in de winkel zijn, deze zijn dan echter een dagje aan het winkelen in Utrecht en bezoeken de winkel per toeval.

Niet in de overzichtstabel weergegeven, maar wel relevant voor deze studie is het aantal bezoekers per dag in de winkels. De bezoekersaantallen van de tien winkels verschillen sterk. De Bijenkorf is met 50.000 bezoekers per week verreweg de drukste winkel uit de steekproef. De overige winkels zijn een stuk minder druk bezocht, waarbij Combo Design en Ballast Bedtextiel met een kleine 200 bezoekers per week uitkomen op het laagste aantal bezoekers per week.



Winkel	Branche	Keten	Oppervlakte winkel	Oppervlakte voorraad	Herkomst bezoekers	Meest verkocht
1	Bedtextiel	Nee, wel samenwerking	120m ²	6m ² + magazijn elders	Vooral regionaal	Dekbed overtrekken
2	Warenhuis	Ja	9000m ²	Buffer + magazijn Woerden	Regionaal	Weinig moeilijk hanteerbare goederen
3	Woning	Nee	1000m ²	50m ² + 300m ² elders	Regionaal en beetje landelijk	Stoelen, tafels en banken
4	Verlichting	Nee	130m ²	20m ²	Vooral regionaal	Lampen
5	Gemengd	Nee	300m ²	+/-150m ²	Regionaal	Serviezen
6	Woning	Ja	200m ²	150m ² + magazijn elders	Vooral regionaal	Kasten en kastonderdelen
7	Computer	Ja	450m ²	200m ²	Regionaal	Laptops en computers
8	Woning	Ja	n.b.	30m ²	Vooral regionaal	Accessoires
9	Elektronica	Nee, wel samenwerking	400m ²	250m ² + magazijn Barendrecht	Regionaal	TV's
10	Elektrisch huishoudelijke apparaten	Nee	320m ²	Groot magazijn + magazijn Wijk bij Duurstede	Landelijk	Koffie verwante apparaten en koffie

1 Ballast Bedtextiel, 2 Bijenkorf, 3 Combo Design, 4 De Duij, 5 Leeuwin's serviezenhuis, 6 Lundia, 7 Mycom, 8 Riviera Maison, 9 Steenweg, 10 Van Pommeren.

Tabel 7.1: Overzicht gegevens winkeliers

7.2 Gegevens stedelijke distributie

Tabel 7.2 op de volgende pagina geeft een beknopt overzicht van de belangrijkste gegevens van de stedelijke distributie van de tien winkels. Deze factoren helpen de haalbaarheid van het GUP aan de aanbodzijde in Utrecht in het vervolg van deze studie te bepalen.



Winkel	Uitvoerende partij	Regie (winkel of vervoerder)	Soort distributie	Frequentie leveringen	Tijdstip
1	Eén partij	Volledig winkel	Centrale	Eén keer per week	Dinsdag ochtend
2	Meerdere partijen	Deels winkel	Alle drie de vormen	Tien tot twintig per dag	Verspreid over de dag
3	Meerdere partijen	Deels winkel	Alle drie de vormen	Dagelijks één of meerdere	Heel wisselend
4	Meerdere partijen	Volledig vervoerder	Vooral netwerk	Dagelijks meerdere	Tussen 10.00u en 13.00u
5	Meerdere partijen	Vooral vervoerder	Incidentele en vooral netwerk	Dagelijks meerdere	Verspreid over dag
6	Eén partij	Volledig winkel	Centrale	Eén keer per week	Vrijdag, geen vaste tijd
7	Twee partijen	Volledig vervoerder	Netwerk en incidentele	Eén of twee keer per dag	Heel wisselend
8	Twee partijen	Volledig winkel (hoofdkantoor)	Netwerk	Eén keer per week	Dinsdag voor 11.00u
9	Eén partij	Volledig winkel	Centrale	Drie keer per week	Ma., wo. en vr. voor 11.00u
10	Meerdere partijen	Vooral vervoerder	Netwerk en incidentele	Dagelijks één of meerdere	Vooral 's ochtends

1 Ballast Bedtextiel, 2 Bijenkorf, 3 Combo Design, 4 De Duif, 5 Leeuwin's serviezenhuis, 6 Lundia, 7 Mycom, 8 Riviera Maison, 9 Steenweg, 10 Van Pommeren.

Tabel 7.2: Overzicht gegevens stedelijke distributie

Uit tabel 7.2 wordt duidelijk dat de distributie van de meeste winkels wordt uitgevoerd door meerdere partijen. Alleen Ballast Bedtextiel, Lundia en Steenweg hanteren één partij. In alle drie de gevallen is die partij de winkel zelf; deze winkels hanteren een eigen distributie vanuit een extern magazijn. Naast deze drie winkels hanteren de Bijenkorf en Combo Design deels een eigen distributie, maar deze winkels besteden de distributie deels ook uit aan andere partijen. De overige winkels besteden de distributie in zijn geheel uit aan externe distributeurs. Het is dan ook logisch dat de vijf winkels die de distributie (deels) zelf uitvoeren, ook de regie (deels) in eigen hand houden. De winkels die de stedelijke distributie uitbesteden aan externe vervoerders hebben daarentegen geen grip op de distributie. Uitzondering op deze regel is de Riviera Maison omdat de regie bij het hoofdkantoor van deze keten ligt en niet zozeer bij de vestiging in Utrecht zelf.



De winkels die werken met een eigen distributie, hanteren allemaal de centrale distributie. De voor de binnenstad relatief gunstige netwerk distributie komt bij zeven winkels terug en de voor de binnenstad minst gunstige incidentele distributie bij vijf winkels. Het algemene beeld van de vorm van de distributie is dus erg divers, overigens met een licht overwicht voor de netwerk distributie.

Ook het aantal leveringen per week geeft een erg divers beeld. Opvallend is dat de winkels met netwerk en vooral de incidentele distributie veel frequenter bevoorrad worden dan winkels met centrale distributie. Het tijdstip van de distributie geeft een meer uniform beeld. Vier van de tien winkels (De Duif, Riviera Maison, Steenweg en Van Pommeren) hebben te maken met de venstertijd van de gemeente, waarbij het slechts tot 11.00 uur toegestaan is voor de winkel om bevoorrad te worden. Deze winkels geven daarom allemaal aan voornamelijk 's ochtends bevoorrad te worden. Verder geeft alleen Ballast Bedtextiel een vaste tijd in de ochtend aan en de overige winkels worden gedurende de dag op wisselende tijden bevoorrad.

De manier van uitvoering van de distributie verschilt erg. De winkels die de distributie in eigen beheer hebben, distribueren middels grote bestelbussen of vrachtauto's die vrijwel altijd een hoge bezettingsgraad hebben. De veelvoorkomende netwerk distributie wordt in veel gevallen door bestelbusjes van de koeriersbedrijven uitgevoerd en de incidentele distributie kan alle vormen aannemen. Alle winkels proberen de goederen zo veel mogelijk bij de winkel te ontvangen en mocht dit door bijvoorbeeld de venstertijden in de historische binnenstad problemen opleveren, wordt de vracht vanaf de dichtstbijzijnde losplaats naar de winkel gebracht. Ballast Bedtextiel, Bijenkorf, Combo Design, Lundia en Mycom zitten op locaties net buiten de historische binnenstad en hebben de beschikking over een eigen laad- en losplek bij de winkel. Ballast Bedtextiel neemt daarbij door de locatie in Hoog Catharijne een bijzondere plaats in. De medewerker van de winkel rijdt het bestelbusje zelf naar de laad- en losruimtes onder het winkelcentrum en brengt de goederen vervolgens op karren in zijn eentje naar de winkel.

Vrijwel alle winkels geven aan dat de uitvoering van distributie altijd al ingericht is op de hierboven beschreven manier. Dit duidt op routinematig gedrag, veranderingen komen niet vaak voor. Eigenlijk geeft alleen de Steenweg een recente verandering aan. Tot eind februari 2010 brachten de leveranciers de spullen nog direct naar de winkel in Utrecht. Door de aanhoudende problemen met deze werkwijze bezorgen deze leveranciers hun goederen nu in het magazijn in Barendrecht waarna de Steenweg zelf driemaal per week het vervoer van Barendrecht naar Utrecht uitvoert.

7.3 Tevredenheid stedelijke distributie

Over het algemeen zijn de winkeliers van de tien winkels tevreden over de distributie. Als gemiddelde beoordeling geven zij een 6.8. Alleen Van Pommeren met een 5 en Steenweg met een 4 beoordelen de stedelijke distributie van hun winkel met een onvoldoende en maar liefst vier winkels beoordelen de distributie met een 8.

Steenweg en Van Pommeren zijn ook de enige winkels die geen positief punt met betrekking tot de stedelijke distributie hebben opgegeven. Alle andere winkels deden dit wel. Van de winkels die net buiten de historische binnenstad zijn gevestigd, geven de Bijenkorf en Combo Design de mogelijkheid om gedurende de hele dag te leveren op als meest positieve punt. Lundia geeft de mogelijkheid van het voor de deur laden en lossen op als meest positieve punt, ook omdat consumenten daar spullen kunnen afhalen. Mycom geeft de vaste chauffeurs, die precies weten



hoe het leveren bij de winkel in z'n werk gaat op als meest positieve punt. Ook de drie winkels uit de historische binnenstad die de meer breekbare en duurzame goederen verkopen, geven deze band met de chauffeurs aan als meest positieve punt. De heer Van Praagh van Leeuwin's serviezenhuis vertelt:

"Het meest positief is dat de mensen die onze spullen vervoeren over het algemeen weten waarmee ze bezig zijn. In een enkel geval is dat helaas niet het geval en dat is dan ook meteen het meest negatieve. Bij ons worden natuurlijk voornamelijk breekbare spullen bezorgd en er is nog wel eens een chauffeur die de dozen gewoon de auto uit gooit en dat is natuurlijk niet zo handig."

Dit eventueel ontbreken van vertrouwen is voor Leeuwin's serviezenhuis ook meteen het meest negatieve punt van de stedelijke distributie. Ballast Bedtextiel en Riviera Maison geven aan het sjouwen van de goederen van de laad- en losplek naar de winkel te ervaren als het meest negatieve punt van de distributie. Bij Ballast Bedtextiel is dit het sjouwen van de laad- en losstraat onder winkelcentrum Hoog Catharijne naar de winkel en bij de Riviera Maison op de Oudegracht kunnen de leveranciers tot het Neude komen, waardoor met de spullen nog een stuk door de stad gesjouwd moet worden. In relatie met dit gemak voor de winkelier geven vier winkels de slechte bereikbaarheid van de winkel aan als meest negatieve aspect bij de huidige distributie. De Bijenkorf nuanceert dit echter met het gegeven dat dit inherent is aan een binnenstedelijke locatie. De heer van Pommeren van Van Pommeren zegt hierover:

"De bereikbaarheid wordt steeds moeilijker gemaakt en dat gaat in de toekomst met de huidige gemeenteraad alleen maar moeilijker worden. Die willen het liefst dat alles straks gebracht wordt met een fiets en dat werkt natuurlijk niet."

Tabel 7.3 op de volgende pagina geeft een beknopt overzicht van de tevredenheid van de winkeliers met de stedelijke distributie. De factoren die voorkomen in de tabel zijn van invloed op de houding van de winkelier ten opzichte van de stedelijke distributie. De Steenweg en Van Pommeren, de enige winkels die de stedelijke distributie met een onvoldoende beoordelen, geven ook aan de meeste slechte ervaringen te hebben met de verschillende factoren in tabel 7.3.

De factoren waar de meeste winkeliers slechte ervaringen mee hebben, zijn de flexibiliteit en bereikbaarheid van de stedelijke distributie. Deze factoren hebben de meeste invloed op de houding van de winkeliers ten opzichte van de stedelijke distributie. Ook de kosten, regelgeving van de gemeente en de voorraad worden regelmatig genoemd als probleem. Alleen met het op tijd leveren hebben de winkeliers weinig negatieve ervaringen.



Winkel	Flexibi- liteit	Op tijd leveren	Bereik- baarheid	Kosten	Regelgeving gemeente	Voorraad
Ballast Bedtextiel	-	+	+/-	-	+	+
Bijenkorf	-	+/-	+/-	-	+	+
Combo Design	+	+	-	+	-	+/-
De Duif	+	+/-	+	+	-	+
Leeuwin's serviezenhuis	+	+	+/-	+	+	+/-
Lundia	-	+	+	+	+/-	+
Mycom	-	+	+	+	+	-
Riviera Maison	+	+	-	+	-	+
Steenweg	-	-	-	-	+/-	-
Van Pommeren	+/-	+/-	-	-	+	-
<i>Goede ervaring (+), goede ervaring maar kleine problemen (+/-), slechte ervaring (-)</i>						

Tabel 7.3: Ervaringen stedelijke distributie

Flexibiliteit

Het probleem wat betreft de flexibiliteit ligt in veel gevallen bij de interne organisatie van de winkel. Het distributieproces is dan op zo'n manier ingericht dat de problemen het gevolg zijn van keuzes in de eigen organisatie, bijvoorbeeld het al dan niet uitbesteden van de distributie. Bij Mycom en Steenweg is dit niet het geval. Steenweg geeft aan dat de flexibiliteit ernstig beperkt wordt door de venstertijd tot 11.00 uur en Mycom geeft aan het juist vervelend te vinden dat de leveranciers op ieder moment van de dag kunnen aankloppen. Ook de Bijenkorf heeft problemen met een te grote flexibiliteit. Intern is het grote aantal leveranciers verspreid over de dag lastig te coördineren.

Bereikbaarheid

De bereikbaarheid is logischerwijs vooral een probleem bij de winkels in de historische binnenstad. De distributeurs zitten daar gebonden aan de venstertijd tot 11 uur, er kunnen geen grote vrachtauto's bij de winkels komen en er ontstaan snel opstoppingen. De winkels die de bereikbaarheid als een probleem zien, realiseren zich over het algemeen wel dat dit inherent is aan een locatie in een binnenstad en de algemene drukte op de Nederlandse wegen. Het probleem blijft echter wel groot.

Kosten

Verschillende winkeliers geven aan dat de kosten van de distributie een probleem zijn. Deze problemen zijn erg divers. Zo is dit bij de Bijenkorf in combinatie met de eerder genoemde flexibiliteit een probleem. Omdat er tien à twintig leveranciers verspreid over de dag komen lossen, is het noodzakelijk permanent medewerkers in te zetten bij de aankomst van de goederen.



Van Pommeren stelt dat het een probleem is dat verschillende goederen van grote vrachtauto's moeten worden overgeladen op kleinere auto's om de winkel te kunnen bereiken. Iets wat gepaard gaat met extra kosten. Steenweg tot slot maakt veel hogere kosten met de voor hen noodzakelijke nieuwe manier van distributie (zie kader 7.4).

Regelgeving gemeente

Wat betreft de regelgeving worden de venstertijden en overige beperkingen als voetgangersgebieden, milieuzones en voertuigeisen aan het vrachtverkeer in de binnenstad meerdere malen genoemd als hinderlijk. De Duif stelt dat hierdoor in de ochtend opstoppingen ontstaan in het centrum omdat alle bevoorrading tegelijkertijd komt.

Voorraad

Combo Design, Steenweg en Van Pommeren geven alle drie aan ook magazijnruimte elders te hebben omdat de opslag in de binnenstad te beperkt is. Combo Design en Steenweg voegen hieraan toe dat de huurprijzen in de binnenstad hierbij een belangrijke rol spelen. Mycom geeft aan dat de magazijnruimte juist te groot is omdat vrijwel alle voorraad in de winkel staat. Ook is de bebouwing in de historische binnenstad lang niet altijd geschikt als magazijnruimte. De heer Klein van Steenweg zegt hierover:

“We hebben een behoorlijke voorraad, maar het lastige aan de binnenstad is dat het geen goede magazijnruimte is. De ruimte is verspreid over allemaal oude panden en die zijn niet optimaal ingericht voor een goed magazijn.”

Steenweg heeft de meeste negatieve ervaringen met de stedelijke distributie en is tevens het meest concreet in het aangeven van de problemen die de binnenstadlocatie voor de winkel met zich meebrengt. In kader 7.4 wordt hier verder op ingegaan.

Steenweg geeft aan dat de huidige omstandigheden problematisch zijn voor het rendabel houden van de winkel op de huidige kostbare locatie. Daarom heeft de winkel inmiddels zelf al een gebundelde distributie vanuit het magazijn in Barendrecht opgezet. Het was niet langer mogelijk alle distributeurs voor 11.00 uur bij de winkel te ontvangen. Daarnaast is de voorraadruimte bij de Steenweg te beperkt en is de winkel voor consumenten erg lastig te bereiken. De consumenten moeten met de aangekochte producten een eind sjouwen naar de dichtstbijzijnde parkeergarage in de binnenstad. Thuisbezorgen is voor de Steenweg een onaantrekkelijk alternatief, daar zijn de winstmarges te klein voor. Daarom gaat de winkel binnen afzienbare tijd verhuizen naar een locatie buiten de historische binnenstad, waar een showroom voor de internetwinkel moet worden gerealiseerd.

Kader 7.4: Steenweg

7.4 Verbeterpunten nieuwe stedelijke distributie

Op de vraag wat de winkeliers het liefst veranderd zouden willen zien in de huidige stedelijke distributie geven vijf winkeliers de bereikbaarheid en drie winkels de flexibiliteit aan. Wat betreft de bereikbaarheid gaat het bij Lundia, Steenweg en Van Pommeren om de bereikbaarheid voor de consument en bij Combo Design en Mycom om de bereikbaarheid voor de leverancier. Mycom noemt naast deze bereikbaarheid ook de flexibiliteit als belangrijkste verbeterpunt. Een ondergronds distributiesysteem is volgens Mycom de ideale oplossing voor deze problemen.



Verder zien zowel de Bijenkorf en Leeuwin's serviezenhuis het meest in een verbetering in de flexibiliteit middels het meer gebundeld leveren van de goederen. Beiden noemen hierbij expliciet een verzamelpunt buiten de binnenstad, waarna de goederen gebundeld naar de winkel worden gebracht.

Ballast Bedtextiel en Riviera Maison geven geen verbeterpunten voor een nieuwe distributie, vooral de Riviera Maison vindt de huidige situatie prima en ziet het liefst niets veranderd. De Duif ten slotte vindt dergelijke veranderingen meer iets voor de distributeurs, dit is dan ook een voorbeeld van een winkel waar de regie van stedelijke distributie helemaal in handen ligt van de vervoerders. Op de vraag welke punten de heer Van den Berg van De Duif het liefst veranderd ziet, reageert hij als volgt:

“Ja daar hebben wij best onze ideeën over, maar ik denk niet dat dat de taak van een winkel in de binnenstad is. Dat moet je in mijn ogen gewoon aan de transportorganisaties overlaten.”

Tabel 7.5 geeft een beknopt overzicht van de belangrijkste punten die de winkeliers hebben aangegeven als zijnde verbeterpunten in de stedelijke distributie van hun winkel.

Winkel	Hogere flexibiliteit	Betere bereikbaarheid	Kosten besparing winkelier	Verhoging gemak		Verhoging veiligheid	Verruiming voorraad
				winkelier	consument		
1	+/-	.	+/-	+	.	.	.
2	+	.	+/-	+	+/-	.	.
3	+/-	+	+	-	+/-	-	+
4	+	.
5	+	.	.	+	.	.	.
6	+/-	+	+/-	.	+	+	.
7	+	+	.	+	.	.	.
8
9	+	+	+	+/-	+	+/-	-
10	n.b.	+/-	n.b.	n.b.	n.b.	n.b.	n.b.
<i>Verbeterpunt (+), klein verbeterpunt (+/-), geen verbeterpunt (.)</i>							

1 Ballast Bedtextiel, 2 Bijenkorf, 3 Combo Design, 4 De Duif, 5 Leeuwin's serviezenhuis, 6 Lundia, 7 Mycom, 8 Riviera Maison, 9 Steenweg, 10 Van Pommeren.

Tabel 7.5: Verbeterpunten nieuwe stedelijke distributie



Door omstandigheden heeft Van Pommeren geen antwoord kunnen geven op verschillende vragen van het interview over de verbetering van de distributie. Als bij de overige winkels naar de factoren voor verbetering van de distributie wordt gekeken, valt op dat de verhoging van de flexibiliteit het vaakst wordt genoemd. Deze factor is dus het meest bepalend voor de houding van de winkeliers ten opzichte van een verandering in de stedelijke distributie.

Na de flexibiliteit wordt de top drie van meest genoemde factoren gecombineerd door een verhoging van het gemak van de winkelier en een betere bereikbaarheid. De vijf winkels die de bereikbaarheid als probleem hebben genoemd, zijn dezelfde vijf die de bereikbaarheid ook als belangrijkste verbeterpunt hebben aangegeven. Daaruit kan worden geconcludeerd dat deze bereikbaarheid erg belangrijk is voor deze vijf winkels, maar voor de overige vijf winkels niet.

De winkelier vindt het verhogen van het eigen gemak belangrijker dan dat van de consument. Daarnaast geven ze ook aan dat de consumenten over het algemeen weinig te klagen hebben wat betreft de stedelijke distributie in de Utrechtse binnenstad. Alleen de bereikbaarheid van de winkel bij het afhalen van goederen is een punt wat de winkeliers regelmatig aanstippen.

Het verruimen van de voorraad wordt slechts door één winkel als verbeterpunt genoemd en is daarmee het minst bepalend voor de houding van de winkeliers ten opzichte van het verbeteren van de stedelijke distributie. Dit punt is echter wel sterk gerelateerd aan de overige factoren als de flexibiliteit en kosten.

7.5 GUP

Op een korte beschrijving van de onderzoeker over de plannen voor en werking van het potentiële GUP-concept voor de Utrechtse binnenstad werd door de winkeliers erg wisselend gereageerd:

- *“Dit klinkt als een heel mooi idee. Ik zie hier voor ons ook wel mogelijkheden in hoor”,* aldus de heer Carree van Lundia.
- *“In eerste instantie klinkt dit me wel positief in de oren, maar of het ook voor ons handig kan zijn weet ik niet”,* aldus mevrouw Pollé van Combo Design.
- *“Daar kan ik me wat ons betreft helemaal niets bij voorstellen. Dit komt op mij over als een wat verder uit elkaar getrokken Kijkshop-systeem”,* aldus de heer Van Praagh van Leeuwin's serviezenhuis.
- *“De luiheid van de consument meenemend zou ik zeggen: dat wordt niks”,* aldus de heer van Pommeren van Van Pommeren.

Ook als dieper wordt ingegaan op de reacties van de winkeliers komt een erg gevarieerd beeld naar voren. Tabel 7.6 op de volgende pagina geeft een overzicht van de verschillende voor- en nadelen van het GUP-concept die door de tien geïnterviewde winkeliers zijn genoemd.



Winkel	Voor- en nadelen	
1	Voordelen	<ul style="list-style-type: none"> - Verhoging flexibiliteit bevoorrading, mogelijk om winkel vaker dan eenmaal per week te bevoorraden via gebundelde levering. - Afhaalpunt consumenten.
	Nadelen	<ul style="list-style-type: none"> - Regie meer uit handen geven, controle wordt minder.
2	Voordelen	<ul style="list-style-type: none"> - Gebundelde doorlevering van goederen die nu gedurende de dag door verschillende koeriers worden afgeleverd bij de Bijenkorf.
	Nadelen	<ul style="list-style-type: none"> - Regie meer uit handen geven, meer afhankelijk van andere partijen. - Twijfel over relevantie klantafhaalpunt voor Bijenkorf. Er wordt al veel thuisbezorgd en Bijenkorf beschikt over een eigen parkeergarage.
3	Voordelen	<ul style="list-style-type: none"> - Afhaalpunt voor consumenten: Combo Design huurt stukje GUP van waaruit consumenten kunnen worden bediend. - Soort extra vestiging.
	Nadelen	<ul style="list-style-type: none"> - Lijkt klantvriendelijk, minder contact met klanten. - Grotere goederen moeten sowieso thuisbezorgd worden.
4	Voordelen	<ul style="list-style-type: none"> - Gebundelde doorleveringen van goederen.
	Nadelen	<ul style="list-style-type: none"> - Te veel leveranciers om dit door te kunnen voeren. - Onmogelijk voor De Duif om voorraad te houden: 120 merken met elk minimaal 100 typen.
5	Voordelen	<ul style="list-style-type: none"> - Gebundelde doorlevering van goederen. - Extra (tijdelijk) opslagpunt voor goederen
	Nadelen	<ul style="list-style-type: none"> - Afhaalpunt voor consumenten: goederen te kostbaar/breekbaar en teveel verschillende typen. - Thuisbezorgen verdient voorkeur boven afhaalpunt.
6	Voordelen	<ul style="list-style-type: none"> - Afhaalpunt voor consumenten: bestellingen klanten kunnen op GUP worden afgehaald.
	Nadelen	<ul style="list-style-type: none"> - Minder consumenten in de winkel.
7	Voordelen	<ul style="list-style-type: none"> - Afhaalpunt consumenten: Mensen parkeren nu 'illegaal' voor de deur bij het afhalen of moeten sjouwen naar parkeergarage.
	Nadelen	<ul style="list-style-type: none"> - Veiligheid: Mycom verkoopt kostbare goederen. - Mycom verkoopt 'build to costume' computers. Die worden in de winkel op maat gemaakt. - Werken met twee voorraden is nadelig, wat op te slaan in winkel en wat op GUP? - Consumenten moeten het willen, overstappen op oncomfortabele bus is niet aantrekkelijk.
8	Voordelen	<ul style="list-style-type: none"> - Geen voordelen.
	Nadelen	<ul style="list-style-type: none"> - Bij besteding boven de 500 euro bezorgen wij thuis en kleinere dingen neemt men meestal gemakkelijk mee vanuit winkel. - Merendeel klanten komt met trein, voor hen is GUP onaantrekkelijk. - Stedelijke distributie verloopt prima.
9	Voordelen	<ul style="list-style-type: none"> - Gemakkelijker uitleveren aan consumenten. - Minder noodzaak tot thuisbezorgen. - Efficiëntere en goedkopere stedelijke distributie.
	Nadelen	<ul style="list-style-type: none"> - Het op een veilige manier inrichten van een GUP lijkt lastig.
10	Voordelen	<ul style="list-style-type: none"> - Weinig, wellicht enkele milieutechnische voordelen.
	Nadelen	<ul style="list-style-type: none"> - Consumenten gaan dit niet gebruiken, ze vinden het lastig en de auto wegzetten voor een oncomfortabel vervoermiddel is een utopie. - Grote problemen voor winkeliers, hele logistiek moet worden aangepast. - Kosten te hoog.

1 Ballast Bedtextiel, 2 Bijenkorf, 3 Combo Design, 4 De Duif, 5 Leeuwin's serviezenhuis, 6 Lundia, 7 Mycom, 8 Riviera Maison, 9 Steenweg, 10 Van Pommeren.

Tabel 7.6: Voor- en nadelen van het GUP-concept volgens de winkeliers



Als in tabel 7.6 gekeken wordt naar de voordelen van het GUP-concept volgens de winkeliers, springen er twee zaken uit: het gebundeld aanleveren van de winkel en het gemakkelijk kunnen uitleveren aan de consument. Enkele winkeliers zien kansen in het gebundeld leveren omdat de flexibiliteit dan omhoog gaat. Ook het voordeel van een tijdelijk opslagpunt wordt in combinatie met voorgaande punten genoemd. Het grootste voordeel wat betreft het gemakkelijk uitleveren aan de consument is volgens enkele winkeliers het omzeilen van de slechte autobereikbaarheid van de binnenstad. Verschillende winkeliers geven aan dat het daarom gemakkelijk zou zijn als consumenten buiten de binnenstad hun goederen of bestellingen kunnen ophalen.

Deze uitleverkant van het GUP wordt echter ook door verschillende winkeliers als grootste nadeel gezien. Vier winkels zien dit aspect van het concept om verschillende redenen niet zitten. Ook uit de toon van de winkeliers tijdens de gesprekken wordt duidelijk dat de verschillende winkeliers in dit vroege stadium van het concept meer na- dan voordelen zien. Naast het genoemde klantafhaalpunt wordt er ook getwijfeld aan de praktische uitvoerbaarheid en is de algemene opinie dat consumenten het GUP toch niet gaan gebruiken. Daarnaast is er, vooral bij de meer kostbare goederen, terughoudendheid als het gaat om de veiligheid op een dergelijke GUP en zijn er problemen met het uit handen geven van de regie. Het totaalbeeld van de problemen met het GUP-concept is erg divers.

Wat betreft de locatie hebben de vier winkeliers die überhaupt niets zien in een uitgiftepunt voor consumenten geen mening. Deze winkeliers zien helemaal niets in het GUP-concept. Hoogstens zien zij wat in het gebundeld leveren, maar daarvoor is de locatie van het GUP niet relevant. Er hoeven dan immers alleen maar vrachtauto's en bestelbusjes naartoe. De consument hoeft er in geen geval heen. De overige zes winkeliers hebben wel een suggestie voor een locatie gedaan. Twee winkeliers stellen een random locatie langs één van de belangrijke uitvalswegen van het centrum van Utrecht voor en twee anderen een locatie op een industrieterrein net buiten Utrecht: De Liesbosch in Nieuwegein of Lage Weide. Tot slot noemen twee winkeliers het P+R-terrein Westraven.

7.6 Deelconclusie

In deze deelconclusie wordt met behulp van twee deelvragen gekeken of het GUP in Utrecht haalbaar is wat betreft de winkeliers. Daarvoor wordt allereerst ingegaan op de volgende deelvraag:

- *Welke factoren zijn van invloed op de houding van winkeliers in de Utrechtse binnenstad ten opzichte van de stedelijke distributie?*

Uit de steekproef van tien winkels die voornamelijk voor de consument moeilijk hanteerbare goederen verkopen, wordt de stedelijke distributie door de winkeliers gemiddeld beoordeeld met een 6,8. Ondanks deze relatief hoge beoordeling overheersen de negatieve factoren ten opzichte van de stedelijke distributie bij de winkeliers. Dit wordt bevestigd door het gegeven dat vrijwel alle winkeliers verschillende verbeterpunten noemen en twee van hen zelfs aanmerkelijk meer verbeterpunten dan problemen aanstippen. In eerste instantie wordt hierbij naar de winkelier gekeken, directe verbeterpunten voor de consument zijn volgens hen van een minder groot belang.



De factor die door de winkels in de historische binnenstad het meest genoemd wordt als positief punt bij de distributie, is de band van winkeliers met de chauffeurs. Dit zorgt voor vertrouwen en de winkeliers weten daarmee waar ze aan toe zijn. Daarnaast is al eerder naar voren gekomen dat de winkeliers over het algemeen huiverig zijn voor veranderingen.

De winkeliers buiten de historische binnenstad zijn momenteel het meest te spreken over de flexibiliteit van het leveren of de locatie van het laden en lossen. Deze winkeliers hebben namelijk geen last van venstertijden van de gemeente en hebben de mogelijkheid om voor de deur te laden en lossen.

Naast deze positieve factoren van de huidige stedelijke distributie, geven de winkeliers dus ook verschillende negatieve factoren aan. De flexibiliteit van de stedelijke distributie en de bereikbaarheid van de winkel zijn factoren die daarbij de meest negatieve invloed hebben op de houding van de winkeliers. Dit komt overeen met de theorie van de schijnbare tegenstelling in de stedelijke distributie. De venstertijd van de gemeente is een voorbeeld van een maatregel die de leefbaarheid van de binnenstad stimuleert, maar zorgt voor minder flexibiliteit in de stedelijke distributie en een slechtere bereikbaarheid van de winkel.

Ook de kosten van de distributie komen naar voren als probleem. De invloed van de winkeliers die niet de volledige regie over de distributie hebben is op dit punt echter klein. Daarnaast hangen problemen met de kosten in de meeste gevallen samen met andere factoren zoals de voorraad.

- *In welke mate leent de stad Utrecht zich wat betreft de winkeliers voor het GUP-concept?*

De tien winkels uit de steekproef voldoen allemaal in de grote lijn aan de randvoorwaarden voor het eventueel slagen voor het GUP-concept. De populatie waaruit de steekproef is geselecteerd, is echter beperkt. Daardoor lijkt de binnenstad wat betreft het winkelaanbod niet gunstig wat betreft de kansen voor het GUP in Utrecht.

Als gekeken wordt naar de stedelijke distributie valt op dat de meest voorkomende vorm de voor binnenstad relatief weinig overlast veroorzakende netwerk distributie is. Verschillende winkels maken (ook) gebruik van de vorm van distributie die theoretisch de meeste overlast veroorzaakt: de incidentele distributie. Op het gebied van bundeling is met het GUP-concept dus slechts een kleine winst te halen.

Verder steekt de uitvoering van de huidige distributie erg wisselend in elkaar. De winkeliers die de distributie (deels) zelf uitvoeren, hebben hier ook de regie over. Het grootste deel van de distributie wordt echter uitbesteed, waardoor ook de regie in veel van die gevallen niet bij de winkelier ligt. Dit lijkt niet erg gunstig voor de haalbaarheid van het GUP; de invloed van de winkeliers is dan namelijk nihil en ook als de winkelier enthousiast is over het concept, kan deze niet beslissen over eventuele deelname.

Wat betreft de frequentie en tijdstippen van de leveringen lijken er wel kansen te liggen voor het GUP. De bevoorrading is over het algemeen frequent en de winkels in de historische binnenstad zitten gebonden aan de venstertijd tot 11.00 uur wat veel overlast veroorzaakt. Zoals gezegd zijn de winkeliers over het algemeen ook ontevreden over deze flexibiliteit van de bevoorrading en zien ze dit als één van de grootste verbeterpunten.



Wat betreft de gegevens van de winkel lijken vooral de winkels uit de historische binnenstad kansrijk voor het GUP-concept. Het totaalbeeld van de reacties op de eventuele komst van GUP's in Utrecht is echter erg wisselend. De winkeliers zien de meeste kansen in twee aspecten van het GUP: het gebundeld leveren en het uitgiftepunt voor de consument. Dit uitgiftepunt is voor andere winkeliers juist weer het grootste nadeel, dit is volgens hen niet te realiseren. Verder wordt er door de winkeliers nog een breed scala aan nadelen van het GUP genoemd wat ervoor zorgt dat de algehele opinie met betrekking tot het GUP in Utrecht vrij negatief is.

De winkelvoorraad in de Utrechtse binnenstad lijkt dan ook niet erg geschikt voor het GUP en de winkeliers zitten niet direct op een dergelijk concept te wachten. In deze vroege fase wordt het concept niet breed gedragen en lijken de nadelen groter dan de voordelen. Als specifiek op de winkels zelf wordt ingegaan, is vrijwel geen één winkelier geïnteresseerd in het totale GUP-concept zoals dat in deze studie centraal staat. Steenweg lijkt het meest geschikt voor het GUP en is er ook het meest enthousiast over, maar deze winkel heeft al besloten dat de winkel in de nabije toekomst uit de binnenstad zal verdwijnen. Verder zijn eigenlijk alleen Ballast Bedtextiel en de Bijenkorf nog echt geïnteresseerd in het gebundeld leveren, maar niet in het klantafhaalpunt.





8. Consumenten en het GUP

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de enquêtes met de consumenten gepresenteerd. Als input dienen de 365 enquêtes met de consumenten (de vraagzijde van de binnenstad). De volgende twee deelvragen staan centraal:

- *Wat is de houding van consumenten ten opzichte van het GUP-concept?*
- *In welke mate leent de stad Utrecht zich wat betreft de consumenten voor het GUP-concept?*

Deze twee deelvragen worden in de deelconclusie, aan het eind van dit hoofdstuk beantwoord. Daarvoor worden de uitkomsten van de enquêtes uiteengezet. Allereerst worden de belangrijkste gegevens van de respondenten daarbij kort behandeld en vervolgens wordt bekeken wat hun bereidheid tot GUP-gebruik is. Hierbij staan verschillende factoren met betrekking tot het winkel- en reisgedrag van de binnenstadbezoekers centraal. Het reisgedrag van de binnenstadbezoekers wordt vervolgens in een aparte paragraaf nader geanalyseerd.

8.1 Gegevens respondenten

De steekproef van 365 winkelende mensen uit de Utrechtse binnenstad bestaat uit 165 mannen en 200 vrouwen. De gemiddelde leeftijd is 40,2 jaar en daarvan is bijna 80 procent van een leeftijd tussen de 21 en 60. Binnen deze groep is de leeftijdsverdeling evenwichtig verdeeld. Tabel 8.1 geeft hiervan een overzicht.

Leeftijdsgroep	Frequentie	Percentage
0 tot 20	32	8,8%
21 tot 30	101	27,7%
31 tot 45	95	26,0%
46 tot 60	93	25,5%
61 en ouder	44	12,1%
Totaal	365	100,0%

Tabel 8.1: Leeftijdsverdeling steekproef (databestand: GUP-onderzoek.sav)



8.1.1 Vervoerswijzen

Tabel 8.2 geeft een overzicht van de verdeling van verschillende modaliteiten van de respondenten.

Vervoerswijze	Frequentie	Percentage		
Auto	119	32,6%	32,6%	32,6%
Trein	59	16,2%	30,7%	53,4%
Bus	28	7,7%		
Tram	25	6,8%		
Fiets	61	16,7%		
Lopen	22	6,0%	6,0%	
P+R	51	14,0%	14,0%	14,0%
Totaal	365	100,0%	100,0%	100,0%

Tabel 8.2: Vervoerswijzen winkelend publiek (databestand: GUP-onderzoek.sav)

De verdeling van de vervoerswijzen in tabel 8.2 is anders dan de verdeling die in paragraaf 5.6 is gepresenteerd naar aanleiding van het binnenstadonderzoek van Strabo (2009a) en STOGO (2008). De steekproef is dan ook geen representatieve verdeling van de populatie winkelend publiek in de Utrechtse binnenstad. Het aandeel autoreizigers is ruim 3,5 keer zo groot en het aandeel P+R-reizigers ruim 4,5 keer zo groot. Daarnaast zijn in de steekproef aanzienlijk minder OV-reizigers en fietsers/lopers opgenomen. Hier is bewust voor gekozen omdat in deze studie wat betreft kansen voor het GUP de focus ligt bij de auto- en P+R-reizigers.

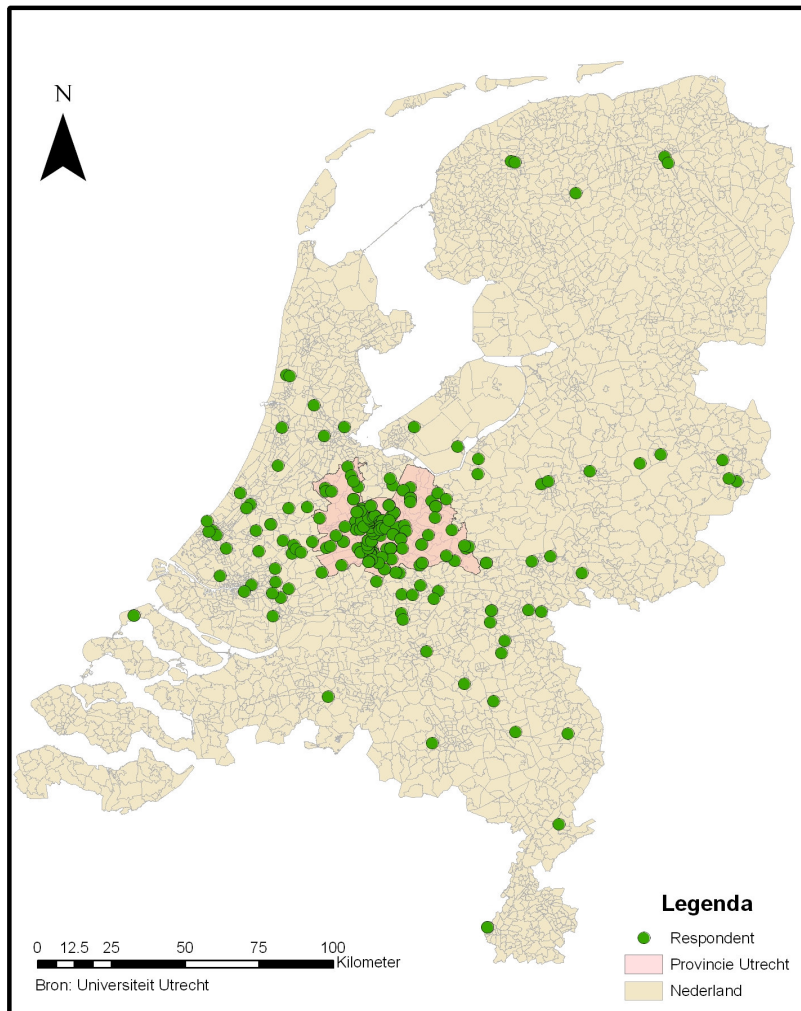
Bijna 80 procent van de respondenten geeft aan routinematig gedrag te vertonen bij de vervoermiddelkeuze bij de verplaatsingen naar het winkelen. Eén op de vijf respondenten is dus een keuzereiziger die niet altijd met het gekozen vervoermiddel naar de binnenstad van Utrecht komt.

8.1.2 Herkomst respondenten

De herkomst van de respondenten is verspreid: 121 uit de stad Utrecht en 244 van buiten de stad. Van deze 244 personen komen er 148 uit de provincie Utrecht en 96 van elders (buiten de provincie Utrecht).

Kaart 8.3 op de volgende pagina geeft de spreiding van de respondenten weer. Op de kaart wordt er geen onderscheid gemaakt in het aantal mensen dat afkomstig is uit een postcodegebied. Hierdoor is er niet zichtbaar hoeveel respondenten er uit de verschillende postcodegebieden komen. Toch is de spreiding van de respondenten goed waar te nemen. Op kaart 11.1 tot en met 11.6 in bijlage 11.6 is de spreiding van de respondenten weergegeven per modaliteit. Op deze kaarten is wel weergegeven hoeveel respondenten er uit de verschillende postcodegebieden komen.





Kaart 8.3: Herkomst respondenten per postcodegebied, 2010

Op de kaarten in de bijlage is duidelijk zichtbaar dat de auto- en treinreizigers verreweg de grootste spreiding over Nederland laten zien. Hierbij komen de treinreizigers relatief het vaakst van buiten de provincie Utrecht terwijl de autoreizigers ook een sterke clustering in de provincie rond de stad Utrecht laten zien. In de theorie is al naar voren gekomen dat de auto en trein de meest gangbare vervoermiddelen voor de middel- en lange afstand zijn.

Ook de herkomst van de P+R-reizigers is redelijk verspreid over Nederland. Iets meer dan de helft van de P+R-reizigers komt uit de provincie Utrecht en iets minder dan de helft van verder. Toch komt deze groep P+R-reizigers van minder ver dan de auto- en treinreizigers. Verder is er een opvallende clustering ten zuiden van de stad Utrecht zichtbaar op de kaart 11.5. Een verklaring hiervoor is dat nagenoeg alle P+R-reizigers gebruikmaken van het P+R-terrein Westraven, aan de zuidkant van Utrecht.



De bus- en tramreizigers laten een veel kleinere spreiding zien. Deze komen nagenoeg allemaal uit de stad of provincie Utrecht. De tram bedient alleen plaatsen ten zuiden van Utrecht, op kaart 11.4 is dan ook te zien dat de tramreizigers vrijwel allemaal uit dit gebied afkomstig zijn: de zuidelijke wijken van Utrecht of bijvoorbeeld Nieuwegein en IJsselstein. De herkomst van de busreizigers is veel meer verspreid. Dat is logisch aangezien het busnetwerk rond Utrecht ook veel uitgebreider is. Een relatief groot aandeel van de busreizigers komt uit de stad Utrecht zelf.

De fietsers en voetgangers ten slotte komen vrijwel allemaal uit de stad Utrecht zelf, enkele uitzonderingen (fietsers) daargelaten. Op kaart 11.6 is daarom een sterke clustering waar te nemen.

8.1.3 Bezoekredenen

In de steekproef is het winkelaanbod de belangrijkste reden om te komen winkelen in de Utrechtse binnenstad. Ruim een derde van de respondenten geeft dit als hoofdreden op. De andere veelgenoemde bezoekredenen zijn de sfeer en voorzieningen van de binnenstad. Tabel 8.4 geeft een overzicht van de volgens de respondenten belangrijkste redenen van het bezoek aan de binnenstad.

Belangrijkste reden om in de Utrechtse binnenstad te gaan winkelen	Frequentie	Percentage
Winkelaanbod	129	35,3%
Sfeer en voorzieningen binnenstad	105	28,8%
Combibezoek (bijvoorbeeld met werk, school of visite)	41	11,2%
Routinegedrag (altijd winkelen in Utrecht)	34	9,3%
Dichtstbijzijnde grote winkelcentrum	33	9,0%
Bereikbaarheid binnenstad per OV	3	0,8%
Overig	20	5,5%
Totaal	365	100,0%

Tabel 8.4: Belangrijkste reden bezoek binnenstad (databestand: GUP-onderzoek.sav)

Van de twee veelgenoemde redenen wordt het winkelaanbod relatief het vaakst genoemd door mensen uit de provincie Utrecht. Verder noemen respondenten uit de stad zelf dit twee keer zo vaak als de sfeer en voorzieningen. Door de respondenten van buiten de regio Utrecht worden de sfeer en voorzieningen daarentegen weer twee keer zo veel genoemd als het winkelaanbod. Dit komt overeen met de functioneel-hiërarchische structuur uit hoofdstuk 4. Men is voor de niet-dagelijkse producten bereid een veel grotere afstand af te leggen naar een winkellocatie dan voor de dagelijkse producten. In de binnensteden neemt het funshoppen mede daarom een steeds belangrijkere positie in.



8.1.4 Frequentie bezoek

Tabel 8.5 op de volgende pagina geeft een overzicht van de frequentie van het bezoek, afgezet tegen de herkomst van de respondent.

		Herkomst			Totaal	
		Stad	Provincie	Elders	abs.	rel.
Frequentie bezoek binnenstad	<i>Eén keer per jaar of minder</i>	1	8	32	41	11,2%
	<i>Paar keer per jaar tot één keer per maand</i>	6	29	37	72	19,7%
	<i>Eén keer per maand</i>	12	45	14	71	19,5%
	<i>Paar keer per maand tot één keer per week</i>	26	26	6	58	15,9%
	<i>Eén keer per week</i>	40	24	5	69	18,9%
	<i>Vaker dan één keer per week</i>	36	16	2	54	14,8%
Totaal		121	148	96	365	100,0%

Tabel 8.5: Frequentie bezoek naar afkomst (databestand: GUP-onderzoek.sav)

Uit tabel 8.5 valt op te maken dat de bezoekfrequentie van het winkelend publiek in de steekproef vrij evenwichtig is verdeeld. Wel ligt het aantal bezoeken van de respondenten met gemiddeld 0,9 keer per maand ver onder het gemiddelde van de gehele populatie van het winkelende publiek in Utrecht met 2,1 bezoeken per maand (zie hoofdstuk 5). Belangrijke reden hiervan is dat er bewust is gezocht naar auto- en P+R-reizigers, die over het algemeen van buiten de stad Utrecht komen. Juist de fietsers en lopers, die sterk zijn ondervertegenwoordigd in de steekproef, bezoeken de binnenstad het meest frequent.

Verder is er uit tabel 8.5 een globale lijn waar te nemen die laat zien dat hoe dichter men bij de binnenstad woont, hoe vaker men komt winkelen. Dit komt overeen met de theorie die zegt dat tijd een cruciale rol speelt bij het activiteitenpatroon van de consument.

8.2 GUP-gebruik

Deze paragraaf gaat in op houding van de consument ten opzichte van het GUP-gebruik. Hiertoe wordt de bereidheid tot het GUP-gebruik vergeleken met verschillende factoren die daar mogelijk van op invloed zijn. De volgende stelling staat hierbij centraal:

'Stel er is een P+R-locatie aan de rand van de stad, met goed OV richting de binnenstad en een afhaalpunt waar u uw in de binnenstad gekochte TV kunt ophalen. Overweegt u dan om die P+R-locatie te gaan gebruiken?'

Tabel 8.6 op de volgende pagina geeft een overzicht van de reacties op de stelling.



Bereidheid tot GUP-gebruik	Frequentie	Percentage
Zeker wel	83	22,7%
Waarschijnlijk wel	127	34,8%
Neutraal/geen mening	24	6,6%
Waarschijnlijk niet	73	20,0%
Zeker niet	58	15,9%
Totaal	365	100,0%

Tabel 8.6: Bereidheid tot GUP-gebruik (databestand: GUP-onderzoek.sav)

Uit tabel 8.6 komt naar voren dat een ruime meerderheid van het totaal aantal mensen (57,5 procent) positief reageert op de stelling. Daaruit kan worden opgemaakt dat men over het algemeen niet onwelwillend staat tegenover het uitproberen van een GUP. Dit is opvallend omdat het eventuele GUP-gebruik een forse gedragsverandering vereist, die theoretisch moeilijk te realiseren is. Er bestaat momenteel namelijk nog helemaal geen GUP en de overgrote meerderheid van de binnenstadbezoekers, ook in deze steekproef, maakt geen gebruik van een P+R-terrein.

Een verklaring hiervoor is dat uit veel onderzoek blijkt dat er een verschil is tussen zogenaamde 'stated preferences' en 'revealed preferences' van mensen. Men kan wel openstaan voor in dit geval een gedragsverandering, maar het daadwerkelijk doen is wat anders. Bij bovenstaande enquêtevraag is alleen gevraagd naar de bereidheid tot GUP-gebruik, of men deze bereidheid na de realisatie van het concept ook omzet in daadwerkelijk GUP-gebruik blijft de vraag.

In het vervolg van deze paragraaf wordt de bereidheid tot het GUP-gebruik verder uiteengezet aan de hand van de volgende factoren: geslacht, leeftijd, autobezit, herkomst en vervoerswijze. Ook wordt ingegaan op het winkelgedrag van de binnenstadbezoekers in relatie tot het mogelijke GUP-gebruik. De bereidheid tot het GUP-gebruik, in tabel 8.6 nog weergegeven als vijfpuntsschaal, wordt in de rest van deze paragraaf in de tabellen gereduceerd tot een driepuntsschaal met de categorieën wel, neutraal en niet.

8.2.1 Bereidheid tot GUP-gebruik naar verschillende factoren

Geslacht

De bereidheid tot het GUP-gebruik wijkt qua geslacht niet heel veel af van het algemene beeld uit tabel 8.6. Met een kleine 55 procent ligt het aandeel positieve reacties bij de mannen iets onder het gemiddelde en bij de vrouwen met 60 procent iets hoger dan het gemiddelde.

Leeftijd

Ook de bereidheid tot het GUP-gebruik ingedeeld naar leeftijd geeft een vrij uniform beeld. In de drie leeftijdscategorieën tot en met 45 jaar oud is de bereidheid tot het GUP-gebruik precies gelijk aan het gemiddelde (57,5% reageert positief). In de leeftijdscategorie van 46 tot en met 60 is een bovengemiddeld aantal mensen bereid een GUP te gebruiken en in de relatief kleine categorie 61 jaar en ouder is men negatief als het gaat om de bereidheid tot GUP-gebruik.

De consument wijkt dan ook niet graag af van zijn of haar gewoontegedrag. In tabel 8.7 op de volgende pagina is een trend waar te nemen waarbij duidelijk wordt dat hoe ouder men is, hoe vaker men terugvalt op routines als het gaat om de vervoermiddelkeuze. Deze ouderen zitten vaster in hun routines dan de jongere mensen.



			Altijd op dezelfde manier naar binnenstad Utrecht			Totaal
			Ja	Soms	Nee	
Leeftijd	0 tot 20	Absoluut	13	11	8	32
		Relatief	40,6%	34,4%	25,0%	100,0%
	21 tot 30	Absoluut	52	26	23	101
		Relatief	51,5%	25,7%	22,8%	100,0%
	31 tot 45	Absoluut	43	34	18	95
		Relatief	45,3%	35,8%	18,9%	100,0%
	46 tot 60	Absoluut	50	25	18	93
		Relatief	53,8%	26,9%	19,4%	100,0%
	61 en ouder	Absoluut	29	7	8	44
		Relatief	65,9%	15,9%	18,2%	100,0%
	Totaal	Absoluut	187	103	75	365
		Relatief	51,2%	28,2%	20,5%	100,0%

Tabel 8.7: Routinegedrag en leeftijd (databestand: GUP-onderzoek.sav)

Autobezit

Het autobezit bij de binnenstadbezoekers van buiten de stad is bijna tweemaal zo hoog als het autobezit van de Utrechters. De groep voetgangers, die vrijwel allemaal in of rond de binnenstad wonen zijn verreweg het minst vaak in het bezit van een auto.

Opvallend is dat er vrijwel geen verschil zit in de bereidheid tot GUP-gebruik tussen autobezitters en mensen zonder auto. De bereidheid bij de autobezitters is 2 procent hoger dan het gemiddelde van 57,5 procent en bij de niet-autobezitters 2 procent lager. Het is echter waarschijnlijk dat het hier bij een 'stated preference' van de niet-autobezitter blijft. Wellicht dat sommige van hen bij de aankoop van moeilijk hanteerbare goederen bijvoorbeeld een auto lenen, de meerderheid zal het GUP niet gaan gebruiken, ook al geeft men in eerste instantie aan hiertoe bereid te zijn. In het vervolg van deze paragraaf wordt hierover mee duidelijk.

Herkomst

Binnenstadbezoekers uit de stad Utrecht zijn minder dan gemiddeld bereid tot het gebruik van een GUP, terwijl de bezoekers van buiten de stad bovengemiddeld geïnteresseerd zijn. Tabel 8.8 op de volgende pagina geeft een overzicht van de herkomst van de binnenstadbezoekers.

Het beeld dat in tabel 8.8 wordt geschetst komt overeen met de spreidingskaarten 11.1 tot en met 11.6. Relatief het grootste aandeel binnenstadbezoekers uit de stad komt namelijk met de fiets of lopend. Daarnaast is het percentage autobezit onder deze groep zoals gezegd verreweg het laagst. Dit lijkt een groep die niet geschikt is voor het GUP-gebruik, aangezien men meer moeite moet gaan doen bij GUP-gebruik dan in de huidige situatie.

De autoreizigers en P+R-reizigers, die vrijwel allemaal in het bezit zijn van een auto en hun gedrag minder drastisch hoeven aan te passen dan de fietsers en voetgangers uit de stad zelf, komen overwegend uit de provincie of van verder. Op grond van deze gegevens lijkt het logisch dat deze binnenstadbezoekers positiever tegen het gebruik van een GUP aankijken dan de inwoners van Utrecht zelf.



			Bereidheid tot GUP-gebruik			Totaal
			Wel	Neutraal	Niet	
Herkomst	Stad	Absoluut	63	7	51	121
		Relatief	52,1%	5,8%	42,1%	100,0%
	Provincie	Absoluut	90	10	48	148
		Relatief	60,8%	6,8%	32,4%	100,0%
	Elders	Absoluut	57	7	32	96
		Relatief	59,4%	7,3%	33,3%	100,0%
Totaal		Absoluut	210	24	131	365
		Relatief	57,5%	6,6%	35,9%	100,0%

Tabel 8.8: Bereidheid tot GUP-gebruik en herkomst (databestand: GUP-onderzoek.sav)

Vervoerswijze

In tabel 8.9 waar de bereidheid tot GUP-gebruik wordt afgezet tegen de vervoerswijze blijken de voetgangers inderdaad het minst bereid te zijn tot GUP-gebruik. Deze geringe interesse in het GUP-gebruik heeft dus inderdaad verband met de herkomst uit de binnenstad zelf en het geringe autobezit van deze groep. Het is voor hen gewoonweg niet praktisch een GUP te gebruiken.

De fietsers zijn wel bovengemiddeld enthousiast over het GUP-concept. Hun herkomst ligt veel verspreider in Utrecht en vaak ook verder van de binnenstad dan de voetgangers. Daarbij ligt het percentage autobezit van deze mensen een stuk hoger.

			Bereidheid tot GUP-gebruik			Totaal
			Wel	Neutraal	Niet	
Vervoerswijze naar binnenstad	Auto	Absoluut	59	15	45	119
		Relatief	49,6%	12,6%	37,8%	100,0%
	Trein	Absoluut	29	4	26	59
		Relatief	49,2%	6,8%	44,1%	100,0%
	Bus	Absoluut	14	2	12	28
		Relatief	50,0%	7,1%	42,9%	100,0%
	Tram	Absoluut	18	1	6	25
		Relatief	72,0%	4,0%	24,0%	100,0%
	Fiets	Absoluut	40	0	21	61
		Relatief	65,6%	0,0%	34,4%	100,0%
	Lopen	Absoluut	8	2	12	22
		Relatief	36,4%	9,1%	54,5%	100,0%
	P+R	Absoluut	42	0	9	51
		Relatief	82,4%	0,0%	17,6%	100,0%
Totaal		Absoluut	210	24	131	365
		Relatief	57,5%	6,6%	35,9%	100,0%

Tabel 8.9: Bereidheid tot GUP-gebruik en vervoerswijze (databestand: GUP-onderzoek.sav)



De autoreizigers zijn minder dan gemiddeld bereid gebruik te maken van het GUP. Dit komt dus niet overeen met bovenstaande redentatie dat deze groep voornamelijk van buiten Utrecht komt en dus geïnteresseerd is. Belangrijkste reden hiervoor lijkt de theorie van de auto-captives uit hoofdstuk 4, waarin naar voren is gekomen dat autoreizigers erg verknocht zijn aan de auto en hun reisgedrag niet snel veranderen. Slechts een kleine 20 procent van de autoreizigers geeft aan niet altijd met de auto naar de Utrechtse binnenstad te reizen. In deze groep bevinden zich ook de keuzereizigers die voor elke verplaatsing naar de binnenstad een weloverwogen keuze maken hoe te reizen.

De keuzereizigers in het algemeen zijn overigens met bijna 70 procent aan positieve reacties aanmerkelijk positiever over het GUP dan de captives. Daarbij zal een daadwerkelijke gedragsverandering richting GUP-gebruik ook gemakkelijker gemaakt worden aangezien deze reizigers in hun huidige gedrag niet vast zitten aan routines en zich dus gemakkelijker kunnen aanpassen dan de captives.

Het meest bereid tot GUP-gebruik zijn de tram- en P+R-reizigers. Ervaring lijkt hierbij een grote invloed te hebben op het mobiliteitsgedrag. Wat betreft de P+R-reizigers lijkt de reden dat deze vrijwel allemaal van buiten Utrecht komen op te gaan. Daarnaast maken ze reeds gebruik van een P+R-locatie en hoeven zij hun gedrag dus nauwelijks aan te passen om gebruik te maken van een GUP. Op kaart 11.4 is verder duidelijk te zien dat vrijwel alle tramreizigers uit de richting van Nieuwegein en IJsselstein komen en dus bekend zijn met P+R-Westraven: ze komen er met de tram langs en wonen er in de buurt. De stap tot P+R- of GUP-gebruik is voor deze groep dus niet zo'n grote. Daarnaast zijn de tramreizigers, omdat ze de binnenstad van Utrecht als regionaal centrum gebruiken waarschijnlijk gewend met het sjuwen van moeilijk hanteerbare goederen.

De trein- en busreizigers ten slotte laten een benedengemiddelde bereidheid tot GUP-gebruik zien. Wat betreft de treinreizigers is het routinegedrag een belangrijke verklaring hiervoor. Dit routinegedrag is bij de treinreizigers met bijna 90 procent het hoogst. Dit hoge percentage captives onder de treinreizigers komt overeen met de eerdere uitkomst, dat het routinegedrag het meest voorkomt bij de ouderen. Deze ouderen maken namelijk meer dan twee keer zo vaak gebruik van de trein dan de rest. Wat betreft de busreizigers lijkt de herkomst van de consumenten, die voor een groot deel uit de stad Utrecht komen, de belangrijkste reden voor het relatief lage enthousiasme voor het GUP-concept. In de volgende paragraaf wordt dieper ingegaan op de verschillen in vervoerswijzen.

8.2.2 Bereidheid tot GUP-gebruik en het winkelgedrag

Winkeldoel

In eerste instantie lijkt er qua percentages nauwelijks verschil te bestaan in de bereidheid tot het GUP-gebruik als wordt gekeken naar het winkeldoel. Als deze gegevens echter worden gecombineerd met de herkomst en frequentie van de bezoekers lijken er vooral bij de binnenstadbezoekers die gericht meerdere winkels bezoeken en in mindere mate de funshoppers kansen te liggen voor het GUP.

De meerderheid van de mensen die slechts één winkel bezoeken, komen uit de stad Utrecht zelf en bezoeken de binnenstad ook relatief het frequentst. Deze mensen komen dus voornamelijk naar de binnenstad om even snel een boodschap te doen en vertonen geen kenmerken die het aannemelijk maken dat ze gebruik gaan maken van het GUP.



De funshoppers komen relatief het vaakst van buiten de stad Utrecht. Eerder is geconcludeerd dat bezoekers van buiten de stad Utrecht relatief geïnteresseerd zijn in het GUP. De funshoppers komen echter relatief vaak zelfs van buiten de provincie en bezoeken de binnenstad ook het minst frequent. Deze bezoekers zijn dus echt een dagje uit en hebben geen plannen voor specifieke aankopen. De funshoppers zijn in veel gevallen dus ook niet erg bekend in de stad, waardoor deze groep niet bovengemiddeld geïnteresseerd lijkt in het GUP-gebruik.

Als wordt ingezoomd op de provincie Utrecht, valt op dat de helft van de bezoekers meerdere winkels aandoet met een doel. Deze mensen komen dus echt specifiek voor de winkels naar Utrecht en gebruiken de binnenstad als regionaal centrum. Deze groep bezoekt de binnenstad ook frequenter dan de funshoppers. Dit lijkt een belangrijke doelgroep voor het GUP.

Moeilijk hanteerbare goederen

Slechts een kleine 5 procent van de respondenten (18 binnenstadbezoekers) is van plan iets moeilijk hanteerbaars te kopen in de binnenstad. Van deze 5 procent is precies de helft bereid het GUP te gaan gebruiken. Dit is dus iets lager dan de gemiddelde bereidheid tot GUP-gebruik.

Vrijwel al deze respondenten zijn afkomstig uit plaatsen rondom Utrecht, enkele komen uit de stad zelf en niemand komt van buiten de provincie. Wat betreft deze gegevens en eerdere bevindingen in dit hoofdstuk lijkt de doelgroep voor het GUP dus vooral te bestaan uit binnenstadbezoekers uit de provincie Utrecht.

Wat betreft het vervoermiddel komen deze respondenten uit de regio vrijwel allemaal met de auto en enkelen met de trein of tram. De respondenten uit de stad zelf die van plan zijn iets moeilijk hanteerbaars te kopen, komen allemaal met de fiets of lopend. Om de doelgroep uit de provincie over te halen tot GUP-gebruik zal dus voornamelijk gericht moeten worden op de autoreiziger. Zeker omdat nagenoeg alle respondenten die iets moeilijk hanteerbaars gaan kopen in het bezit zijn van een auto. Dit komt overeen met het doel van deze studie, dat het autogebruik in de binnenstad van Utrecht omlaag moet.

Het gegeven dat slechts een klein aandeel van de binnenstadbezoekers van plan is iets moeilijk hanteerbaars te kopen in de Utrechtse binnenstad, wordt bevestigd door tabel 8.10. Uit deze tabel kan worden opgemaakt dat de overgrote meerderheid van de binnenstadbezoekers liever geen moeilijk hanteerbare goederen in de Utrechtse binnenstad koopt.

Voorkeur voor ...	Eens	Neutraal	Oneens	Totaal
... tv kopen: liever niet in binnenstad Utrecht	67,1%	4,1%	28,8%	100,0%
... tv kopen: keuze voor auto en parkeren zo dicht mogelijk bij winkel	79,2%	3,0%	17,8%	100,0%
... tv kopen: meteen uit winkel mee nemen	71,5%	4,1%	24,4%	100,0%

Tabel 8.10: Aankoop moeilijk hanteerbare goederen (databestand: GUP-onderzoek.sav)

In tabel 8.10 wordt verder duidelijk dat een nog veel groter percentage bij de aankoop van moeilijk hanteerbare goederen voor de auto kiest en deze ook meteen uit de winkel wil meenemen. De oorzaak hiervan is het gemak. In hoofdstuk 4 is naar voren gekomen dat de consument altijd de



gemakkelijkste weg kiest en vasthoudt aan succesvolle gewoontes. Daarnaast is ook in de interviews met de winkeliers naar voren gekomen dat de consument volgens deze winkeliers lui is en altijd kiest voor de gemakkelijkste weg.

Tussen de stellingen uit tabel 8.10 bestaan twee matig significante verbanden (zie correlatiematrix 11.7 in bijlage 11.7):

- De meerderheid van de consumenten koopt de moeilijk hanteerbare goederen liever niet in de Utrechtse binnenstad, maar op een beter bereikbare locatie. Deze groep doet dit het liefst ook met de auto. De minderheid van de consumenten die moeilijk hanteerbare goederen wel graag in de binnenstad kopen, heeft hierbij geen voorkeur voor de auto.
- De grote meerderheid van de consumenten kiest bij de aankoop van moeilijk hanteerbare goederen voor de auto en parkeert bij de winkel. Deze groep wil de goederen dan ook het liefst meteen uit de winkel mee kunnen nemen. Deze consumenten hebben dus geen behoefte aan thuisbezorging en zitten niet te wachten op lange levertijden. De minderheid van de consumenten die hier geen moeite mee hebben, prefereren over het algemeen ook niet de auto en hoeven niet perse bij de winkel te parkeren. Dit zijn de keuzereizigers die voor elke onafhankelijke trip een weloverwogen keuze maken.

8.3 Reisgedrag en GUP-gebruik

In de vorige paragraaf is onder andere de voor deze studie belangrijke relatie gelegd tussen de modaliteitkeuze en het potentiële GUP-gebruik. In deze paragraaf wordt gezocht naar de achterliggende redenen hiervan. Als opmaat voor deze paragraaf dient tabel 8.11 waarin de uitkomsten van een vijftal stellingen worden gepresenteerd. Hierbij is nog geen onderscheid gemaakt naar vervoermiddel.

Voorkeur voor ...	Eens	Neutraal	Oneens	Totaal
... verplaatsing op snelst mogelijke manier	62,5%	1,9%	35,6%	100,0%
... verplaatsing op gemakkelijkste manier	82,5%	1,9%	15,6%	100,0%
... verplaatsing op goedkoopste manier	33,2%	7,1%	59,7%	100,0%
... keuze voor auto, ook bij goede alternatieven	35,6%	2,7%	61,7%	100,0%
... reisgedrag aanpassen bij aankoop moeilijk hanteerbare goederen	82,7%	1,9%	15,4%	100,0%

Tabel 8.11: Reisgedrag naar winkellocatie (databestand: GUP-onderzoek.sav)

Het algemene beeld dat uit tabel 8.11 is af te leiden, komt overeen met de theorie uit hoofdstuk 4. Tijd is schaars en dus wordt er zo min mogelijk tijd uitgetrokken voor een verplaatsing. Gemak speelt zelfs nog een belangrijker rol bij de wijze van verplaatsing: de vervoermiddelkeuze, tijd en vorm. Daarnaast is geld niet langer de beperkende factor om voor bijvoorbeeld een dure optie als de auto te kiezen. Het percentage binnenstadbezoekers dat de auto prefereert boven goede alternatieven is ongeveer gelijk aan het aandeel autoreizigers in de steekproef. Dit zijn de echte auto-captives.



Tussen de vijf stellingen bestaat één matig en enkele zwakke verbanden (zie correlatiematrix 11.8 in bijlage 11.7):

- Het matige verband bestaat tussen de snelheid en het gemak van de verplaatsing. Dit lijkt een logisch verband, men die zich het liefst zo snel mogelijk verplaatst, doet dit ook op een zo gemakkelijk mogelijke manier, bijvoorbeeld met de auto. Dit wordt bevestigd door het zwakke verband tussen de snelheid en het gemak en de keuze voor de auto, ook bij goede alternatieven.
- Er bestaat een negatief zwak verband tussen de keuze voor de auto, ook bij goede alternatieven en het aanpassen van het reisgedrag bij de aankoop van moeilijk hanteerbare goederen. Dit betekent dat degene die voor de auto kiest, het reisgedrag niet zal aanpassen bij de aankoop van bijvoorbeeld een tv. Degene die het openbaar vervoer prefereert, doet dit wel. Dit kan erop duiden dat deze groep bij de aankoop van moeilijk hanteerbare goederen dan voor de auto kiest.
- Een ander relevant zwak verband is dat tussen de prijs van de verplaatsing en de keuze voor de auto. Dit is een negatief verband wat betekent dat degene die niet zoveel waarde hecht aan de prijs van de verplaatsing over het algemeen kiest voor de auto, ook bij alternatieven. Dit terwijl de mensen die wel goed op de prijs letten, overwegend voor de trein kiezen.

Voor het GUP-concept dat in hoofdstuk 2 is toegelicht, is een hoge score op de factoren prijs en aanpassingsbereidheid bij de aankoop van moeilijk hanteerbare goederen gunstig. Een hoge score op de factoren snelheid en keuze auto is juist ongunstig, omdat men dan duidelijk geen voorkeur heeft voor gedrag richting het GUP-gebruik. De factor gemak kan op meerdere manier geïnterpreteerd worden, in de context met de andere antwoorden wordt echter vaak meer duidelijk.

In het vervolg van deze paragraaf wordt gekeken in welke mate de verschillende groepen reizigers in hun antwoorden afwijken van tabel 8.11. In de subparagrafen komen alleen de voor deze studie interessante reizigersgroepen aan bod. De busreizigers, fietsers en voetgangers die nagenoeg allemaal uit de stad Utrecht zelf komen, worden om die reden weggelaten.

8.3.1 Keuzereizigers

In de vorige paragraaf is duidelijk geworden dat de keuzereizigers een stuk meer dan gemiddeld bereid zijn gebruik te maken van het GUP. De antwoorden van de keuzereizigers op de stellingen aangaande het reisgedrag geven hierover meer duidelijkheid. In tabel 8.12 wordt het verschil tussen de antwoorden van de keuzereizigers en het algemene beeld weergegeven.

Snelheid	Gemak	Prijs	Keuze auto	Aanpassen
- 5,2%	- 2,5%	- 3,9%	- 8,9%	+ 8,0%

Tabel 8.12: Reisgedrag naar winkellocatie: afwijking percentage 'eens'-keuzereizigers- (databestand: GUP-onderzoek.sav)

Voor de algemene groep keuzereizigers is niet van belang met welk vervoermiddel ze op het moment van enquêteren naar de binnenstad van Utrecht zijn gekomen omdat deze reizigers bij de elke verplaatsing naar de binnenstad een keuze maken die iedere keer anders kan uitpakken.



De verschillende gedragvoorkeuren die de keuzereiziger aangeeft, lijken inderdaad te leiden tot een relatief hoge bereidheid tot GUP-gebruik. Zo is men fors meer dan gemiddeld bereid het gedrag aan te passen bij de aankoop van moeilijk hanteerbare goederen, hecht men relatief weinig belang aan snelheid en kiest men minder vaak dan gemiddeld voor de auto.

In de volgende subparagrafen wordt steeds apart ingegaan op de keuzereizigers zodat het verschil tussen deze groep en de captives per modaliteit ook naar voren komt.

8.3.2 Autoreiziger

In de vorige paragraaf is duidelijk geworden dat de autoreizigers minder dan gemiddeld bereid zijn gebruik te maken van het GUP. De antwoorden van de autoreizigers op de stellingen aangaande het reisgedrag geven hierover meer duidelijkheid. In tabel 8.13 wordt het verschil tussen de antwoorden van de autoreizigers en het algemene beeld weergegeven.

Snelheid	Gemak	Prijs	Keuze auto	Aanpassen
+ 13,1%	+ 8,3%	- 15,0%	+ 42,6%	- 11,3%

Tabel 8.13: Reisgedrag naar winkellocatie: afwijking percentage 'eens' -autogebruikers- (databestand: GUP-onderzoek.sav)

Alle vijf de factoren wijzen erop dat de autoreiziger over het algemeen inderdaad niet zit te wachten op een GUP. Men wenst meer snelheid en gemak (comfort van de auto) dan gemiddeld en is juist minder dan gemiddeld bereid het gedrag bij de aankoop van moeilijk hanteerbare goederen aan te passen. Bij het gebruik van een GUP zou dit echter wel noodzakelijk zijn. Ook hecht de autoreiziger fors minder dan gemiddeld waarde aan de kosten van een verplaatsing waardoor de prijsprikkel die een GUP aantrekkelijk kan maken, voor een autoreiziger waarschijnlijk weinig uit zal maken.

Verder kiest de autoreiziger veel vaker dan gemiddeld voor de auto, ook bij een goede treinverbinding. Als de autoreiziger specifiek wordt gevraagd naar het overwegen van alternatieven, zoals goed openbaar vervoer en P+R-locaties, geeft ruim twee derde van hen aan dit niet als een optie te zien en gewoon in de binnenstad te blijven parkeren. Ook de theorie, dat men de auto specifiek voor de kwaliteiten kiest, lijkt dus op te gaan. Het openbaar vervoer lijkt in de ogen van de autoreizigers inderdaad slechts noodzakelijk kwaad en wordt over het algemeen niet als reële optie meegenomen in de overweging.

De meerderheid van deze reizigers zijn dus ook wat betreft deze gedragsvoorkeuren echte captives. Slechts een klein deel van hen is een keuzereiziger die openstaat voor gedragsverandering. Dit is een geheel andere groep die qua gedragsvoorkeuren lijnrecht tegenover de algemene autoreizigers staat en wel open lijkt te staan voor het GUP-gebruik. Zo wordt er veel minder dan gemiddeld waarde gehecht aan de snelheid van de verplaatsing, kiest men maar iets vaker dan gemiddeld voor de auto en past men het reisgedrag juist wel aan bij de aankoop van moeilijk hanteerbare goederen.

Autoreizigers en P+R-locaties

Ook heeft de autoreiziger weinig trek in het gebruik van een P+R-terrein. Zo heeft 16 procent van de autoreizigers ooit gebruikgemaakt van een P+R-locatie en is een kleine 40 procent van hen



bereid dit ooit te gaan uitproberen. Uit tabel 8.14 op de volgende pagina komt naar voren dat men er om verschillende redenen gewoon geen zin in heeft en in mindere mate geen kennis heeft van het P+R-concept.

Redenen om geen P+R-terrein te gebruiken	Frequentie
Ik wil de auto in de buurt hebben	53
Ik weet niet waar ze zijn/komt niet in me op	33
Overstappen	16
Komt deze keer niet zo uit	15
Gaat ten koste van snelheid verplaatsing	14
P+R-terreinen niet op route naar binnenstad	10
Anders	6
Te duur	4

Tabel 8.14: Reden voor de autoreiziger om geen gebruik te maken van een P+R-terrein (databestand: GUP-onderzoek.sav)

In tabel 8.14 zijn geen percentages opgenomen omdat de 119 autoreizigers meerdere antwoorden konden opgeven. In totaal zijn er 141 antwoorden gegeven.

8.3.3 Treinreiziger

Ook de treinreiziger is minder dan gemiddeld bereid tot GUP-gebruik. In tabel 8.15 wordt het verschil tussen de antwoorden van de treinreizigers en het algemene beeld op de stellingen over het reisgedrag weergegeven.

Snelheid	Gemak	Prijs	Keuze auto	Aanpassen
-22,8%	-6,2%	-6,1%	-32,2%	+7,1%

Tabel 8.15: Reisgedrag naar winkellocatie: afwijking percentage 'eens' -treinreizigers- (databestand: GUP-onderzoek.sav)

De uitkomst van de stelling dat de treinreiziger bij goede alternatieven nauwelijks (ruim 3 procent) voor de auto kiest, doet geen afbreuk aan het gegeven dat deze groep, voornamelijk door het routinegedrag, een lage bereidheid tot GUP-gebruik heeft. Er blijkt echter wel dat een bovengemiddeld aantal treinreizigers het reisgedrag aanpast bij de aankoop van moeilijk hanteerbare goederen. Met dit antwoord lijken de treinreizigers toch een aanpassing naar de auto te bedoelen aangezien bijna driekwart van hen de stelling 'als ik zaken als een TV ga kopen, ga ik altijd met de auto' positief beantwoordt. De kleine groep keuzereizigers onder de treinreizigers zegt zelfs unaniem het gedrag aan te passen bij de aankoop van moeilijk hanteerbare goederen en kiest daarom vanzelfsprekend ook iets vaker voor de auto.

Ook het gegeven dat de treinreiziger fors minder dan gemiddeld belang hecht aan snelheid lijkt kansen te bieden voor het GUP-gebruik, ondanks de eerdere relatief negatieve reactie op de stelling waarin gevraagd wordt naar de bereidheid tot GUP-gebruik. Bij de keuzereizigers is dit zelfs nog een stuk minder.



8.3.4 Tramreiziger

De tramreiziger is de eerste die meer dan gemiddeld bereid is tot GUP-gebruik. In tabel 8.16 wordt het verschil tussen de antwoorden van de tramreizigers en het algemene beeld op de stellingen over het reisgedrag weergegeven.

Snelheid	Gemak	Prijs	Keuze auto	Aanpassen
-6,5%	+9,5%	-1,2%	-27,6%	+1,3%

Tabel 8.16: Reisgedrag naar winkellocatie: afwijking percentage 'eens' -tramreizigers- (databestand: GUP-onderzoek.sav)

Als de antwoorden van de tramreizigers op de stellingen worden vergeleken met de algemene antwoorden uit tabel 8.16 valt op dat deze groep aangeeft dat dit voor hen de gemakkelijkste manier is om naar de binnenstad van Utrecht te komen. Daarnaast hechten de tramreizigers absoluut geen waarde aan de auto en kiezen ze liever voor goede alternatieven. Onder de tramreizigers zijn ook enkele keuzereizigers, deze hechten nog meer belang aan het gemak dan de algemene tramreiziger en kiezen aanmerkelijk vaker voor de auto.

Deze gegevens lijken de eerdere conclusies, dat de tramreizigers de Utrechtse binnenstad en P+R Westraven goed kennen en dus openstaan voor het gebruik van dit P+R-terrein als GUP, te versterken. Bovendien is de snelheid van de verplaatsing voor hen van relatief laag belang en het gemak juist wel van belang. Tezamen met het gegeven dat de tramreiziger de auto absoluut niet prefereert boven het openbaar vervoer wordt precies voldaan aan de voorwaarden waar een GUP-gebruiker aan moet voldoen.

8.3.5 P+R-reiziger

In de vorige paragraaf is naar voren gekomen dat de P+R-reizigers verreweg het meest bereid zijn om gebruik te gaan maken van het GUP (ruim 80 procent). In tabel 8.17 op de volgende pagina wordt het verschil tussen de antwoorden van de P+R-reizigers en het algemene beeld op de stellingen over het reisgedrag weergegeven.

Snelheid	Gemak	Prijs	Keuze auto	Aanpassen
-5,6%	-4,1%	+27,6%	+1,7%	+7,5%

Tabel 8.17: Reisgedrag naar winkellocatie: afwijking percentage 'eens' -P+R-reizigers- (databestand: GUP-onderzoek.sav)

De belangrijkste redenen die tot nu toe zijn aangevoerd voor de positieve reactie op het potentiële GUP-gebruik is een combinatie van de herkomst van de binnenstadbezoekers uit de provincie of van verder en de ervaring die men heeft met het P+R-gebruik. Voor het eventuele GUP-gebruik hoeft men het gedrag nauwelijks aan te passen en de omstandigheden worden alleen maar gunstiger.



Het reisgedrag lijkt deze redenering te bevestigen. Men hecht minder dan gemiddeld waarde aan snelheid en gemak, wat erop kan duiden dat men bijvoorbeeld geen problemen heeft met overstappen en wachttijden. De hoge bovengemiddelde waarde die de P+R-reiziger hecht aan de prijs van de verplaatsing duidt erop dat het GUP in ieder geval niet duurder moet worden dan het huidige P+R-terrein. Deze prijsprikkel is namelijk juist een belangrijke reden waarom men voor een P+R-terrein kiest.

Verder geeft een bovengemiddelde groep P+R-reizigers aan het reisgedrag aan te passen bij de aankoop van moeilijk hanteerbare goederen. Zo geeft ruim 60 procent van de P+R-reizigers aan geen gebruik te maken van een P+R-locatie bij de aankoop van deze moeilijk hanteerbare goederen. Het GUP zou dus de prikkel kunnen zijn die ervoor zorgt dat deze huidige P+R-reizigers in een dergelijk geval wel gebruik gaan maken van de P+R-locatie.

Het grote enthousiasme voor het GUP onder de P+R-reizigers valt verder te verklaren door de grote tevredenheid die er onder de huidige P+R-reizigers heerst over de voorziening. Ruim 90 procent is tevreden over het OV tussen de P+R-locatie en de binnenstad en ruim 96 procent is zelfs tevreden over de P+R-locatie zelf. Daarbij heeft in totaal maar liefst ruim 90 procent van de P+R-reizigers een gewoonte gemaakt van het P+R-gebruik. Hierbij moet worden opgemerkt dat deze informatie specifiek P+R Westraven betreft, omdat 49 van de 51 respondenten gebruikmaken van deze P+R-locatie.



8.4 Deelconclusie

In deze deelconclusie wordt met behulp van twee deelvragen bekeken of het GUP in Utrecht haalbaar is wat betreft de consumenten. De eerste deelvraag is:

- *Wat is de houding van consumenten ten opzichte van het GUP concept?*

Geconcludeerd kan worden dat de bezoekers van de Utrechtse binnenstad gematigd positief zijn over het GUP-concept. Een ruime meerderheid van hen geeft in ieder geval aan bereid te zijn het GUP in de toekomst uit te proberen.

Toch zitten er veel kanttekeningen aan deze gematigd positieve houding. Zo is het maar de vraag of de binnenstadbezoekers deze positieve reactie ook daadwerkelijk zullen omzetten in een gedragsverandering richting GUP-gebruik. De consument geeft namelijk ook aan niet graag van het gewoontegedrag af te wijken. Vooral bij de ouderen lijkt dit gewoontegedrag vastgeroest, deze hebben dan ook de meest negatieve houding ten opzichte van het GUP-concept.

Het gewoontegedrag vindt vooral plaats bij de auto- en treinreizigers. Deze hebben dan ook minder dan gemiddeld behoefte aan het GUP-concept en vallen het liefst terug op hun positieve ervaringen met het huidige vervoermiddel. Ook een gedragsverandering richting het gebruik van een P+R-terrein is voor de overgrote meerderheid van de autoreizigers geen optie. Wel is het zo dat de kleine groep keuzereizigers die met de auto of trein naar de binnenstad van Utrecht is gekomen, andere gedragsvoorkeuren hebben waardoor deze keuzereizigers veel meer geneigd zijn tot GUP-gebruik. Zo hechten deze reizigers een stuk minder belang aan de snelheid van de verplaatsing dan de captives en kiezen ze minder snel voor de auto. Daarnaast passen de keuzereizigers in tegenstelling tot de captives het reisgedrag aan bij de aankoop van moeilijk hanteerbare goederen.

De auto- en treinreizigers komen ook relatief het vaakst van buiten de provincie Utrecht. Als funshoppers zijn ze echt een dagje uit in de binnenstad van Utrecht, en daarom zijn zij niet de meest kansrijke groep voor het GUP. Een andere grote groep auto- en treinreizigers komt uit de provincie Utrecht. Deze groep lijkt kansrijker wat betreft het GUP-gebruik maar het eerder genoemde routinematige gedrag van deze binnenstadbezoekers blijft een lastig punt met betrekking tot gedragsverandering.

Ook de inwoners van de stad Utrecht, die de binnenstad frequent bezoeken en in veel gevallen gericht winkelen, zijn een stuk minder dan gemiddeld bereid tot het gebruiken van een GUP. Dit is logisch aangezien zij in veel gevallen veel moeite zullen moeten doen om na aankoop van moeilijk hanteerbare goederen gebruik te maken van een GUP. Ook is het autobezit onder deze groep relatief laag en zijn relatief veel van deze bezoekers voetgangers of komen ze met de bus of fiets.

Het GUP is het meest kansrijk voor de binnenstadbezoekers uit de provincie Utrecht. Deze consumenten gebruiken de Utrechtse binnenstad namelijk als regionaal centrum en kennen de binnenstad goed. De tramreizigers zijn hiervan het beste voorbeeld. Zij komen nagenoeg allemaal uit de zuidelijke randgemeenten van Utrecht en zijn bovengemiddeld positief over het GUP. Ze



hoeven hun reisgedrag niet al te drastisch aan te passen en zijn reeds bekend met het P+R-principe omdat ze met de tram langs het P+R-terrein Westraven komen.

Het meest positief over het GUP-concept zijn de huidige P+R-reizigers. Zij komen overwegend uit de provincie Utrecht en door hen worden geregeld gerichte aankopen gedaan. Deze groep is uitermate tevreden over het P+R-gebruik en dit wordt met de komst van een GUP alleen maar gunstiger. Zij hoeven hun gedrag dan nauwelijks te veranderen

- *In welke mate leent de stad Utrecht zich wat betreft de consumenten voor het GUP-concept?*

Ook al komt de meerderheid van de bezoekers in de binnenstad van Utrecht winkelen met een doel, het aandeel bezoekers dat moeilijk hanteerbare goederen komt kopen is erg beperkt. Ook kiezen consumenten bij de aankoop van dergelijke goederen voor de gemakkelijkste weg en houden ze vast aan oude gewoontes: men prefereert een goed bereikbare locatie en haalt de goederen op met de auto.

In het vorige hoofdstuk is al naar voren gekomen dat het winkelaanbod van winkels die moeilijk hanteerbare goederen verkopen in de binnenstad van Utrecht vrij beperkt is en dat de winkeliers over het algemeen niet zitten te wachten op vooral de consumentuitgiftekant van de GUP's. Eén van de belangrijkste redenen die zij daarvoor aanvoeren is dat in hun ogen de consument de GUP niet gaat gebruiken. Nu blijkt uit het antwoord op de vorige deelvraag dat er slechts een beperkte groep consumenten in de Utrechtse binnenstad echt bereid lijkt het GUP-concept te gaan gebruiken.

Toch zijn er enkele aanknopingspunten wat betreft GUP's in Utrecht aan de kant van de consument. Zo zijn de tram- en P+R-reizigers, zoals gezegd, bovengemiddeld geïnteresseerd en kan er wellicht meer draagvlak worden gecreëerd bij consumenten uit de omringende gemeenten van Utrecht. Daarbij lijkt het noodzakelijk de autoreizigers verder te enthousiasmeren voor de P+R-terreinen omdat is gebleken dat als zij daar eenmaal gebruik van maken, er ook gelijk tevreden over zijn en het veelvuldig blijven gebruiken. De stap richting het GUP-gebruik lijkt vervolgens een kleinere dan de overstap van de auto naar P+R.

Wel is het aandeel binnenstadbezoekers dat met de auto naar de binnenstad van Utrecht komt met slechts 9 procent erg laag en zijn de keuzereizigers binnen deze groep schaars. De kleine groep keuzereizigers lijkt echter best open te staan voor een gedragsverandering richting P+R- of zelfs GUP-gebruik. Als deze kleine groep daadwerkelijk kan worden overgehaald bij de aankoop van moeilijk hanteerbare goederen te kiezen voor het GUP, kan er toch een kleine slag worden gemaakt.

Het is tot slot natuurlijk niet de bedoeling dat de OV-reizigers de auto worden ingeprikt. Toch zeggen een bovengemiddeld aantal trein-, bus- en P+R-reizigers hun reisgedrag aan te passen bij de aankoop van moeilijk hanteerbare goederen. Dit zijn wat betreft de OV-reizigers vooral de keuzereizigers. Als deze incidenteel gaan kiezen voor het GUP, kan er op dit gebied wellicht toch ook winst geboekt worden. De P+R-reizigers hoeven na de realisatie van het GUP hun gedrag bij de aankoop van moeilijk hanteerbare goederen niet langer aan te passen.



9. Conclusie & aanbevelingen

De volgende onderzoeksvraag staat centraal in deze studie:

In welke vorm zijn goederenuitleverpunten (GUP's) in Utrecht een haalbaar concept?

In dit laatste hoofdstuk wordt antwoord gegeven op bovenstaande onderzoeksvraag en worden enkele aanbevelingen geformuleerd. Hiertoe wordt de onderzoeksvraag opgedeeld in twee onderdelen: de haalbaarheid van een GUP in Utrecht en de vorm waarin dat moet gebeuren. Allereerst wordt in paragraaf 9.1 ingegaan op de haalbaarheid van een GUP in Utrecht volgens zowel winkeliers als consumenten. Vervolgens worden in paragraaf 9.2 aanbevelingen gedaan over de vorm waarin een GUP het meest haalbaar lijkt.

9.1 Haalbaarheid GUP

In deze paragraaf wordt ingegaan op de haalbaarheid van het GUP-concept in Utrecht. Deze haalbaarheid is in deze studie opgedeeld in een aantal aspecten. Zo is een GUP haalbaar als het concept een oplossing biedt voor de problemen van de winkeliers met de stedelijke distributie en voor de problemen van de consumenten bij de eventuele aankoop van moeilijk hanteerbare goederen in de binnenstad. Daarnaast moet er voldoende draagvlak zijn voor een GUP: winkeliers en consumenten moeten bereid zijn hun huidige gedrag te veranderen en bereid zijn een GUP te gebruiken. Tot slot zijn er een aantal randvoorwaarden die de haalbaarheid van een GUP mede bepalen. Denk hierbij aan de regie en wijze van distributie bij de winkeliers en de grootte van de doelgroep winkeliers en consumenten.

De gemeente Utrecht is zelf initiatiefnemer van het GUP-concept. Zij is vooruitstrevend als het gaat om innovatieve oplossingen van de stedelijke distributieproblematiek. Hierdoor zijn nieuwe logistieke initiatieven in Utrecht kansrijker dan in andere gemeenten.

Haalbaarheid winkeliers

De winkeliers zien verbeterpunten in de stedelijke distributie. Ondanks hun relatief hoge beoordeling van de huidige stedelijke distributie, signaleren zij verschillende problemen. Toch lijkt het GUP-concept, dat afbreuk doet aan vrijwel het gehele traditionele concept, in eerste instantie geen populaire maatregel onder de winkeliers. Zij veranderen hun gedrag namelijk niet graag en hebben er geen vertrouwen in dat een GUP de problemen oplost.

Vooraf de winkeliers uit de historische binnenstad hebben te maken met verschillende problemen, die door middel van een GUP (deels) kunnen worden ondervangen. De problemen zijn erg divers en worden in veel gevallen veroorzaakt door maatregelen die door de gemeente zijn genomen om de binnenstad zo aantrekkelijk mogelijk te maken voor de consument. De grootste problemen van de winkeliers zijn de flexibiliteit van de distributie en bereikbaarheid van de binnenstad. De flexibiliteit kan een probleem zijn omdat er vanwege de venstertijd slechts tot 11.00 uur kan worden bevoorrad. Voor andere winkeliers is een te grote flexibiliteit weer een probleem, zij hebben bijvoorbeeld overlast van de leveranciers die gedurende de hele dag naar de winkel komen.



Het GUP kan een oplossing zijn voor deze problemen. Goederen kunnen buiten de stad worden verzameld en vervolgens gebundeld de stad in worden gebracht. Dit is niet direct één van de voordelen van het GUP zoals dat voor de winkeliers bedoeld is (zoals een verruiming van de opslag, een betere bereikbaarheid, een vermindering van de kosten of een verbetering van de service naar de klant). Een nadeel is dat de regie van de distributie lang niet in alle gevallen in zijn geheel bij de winkelier ligt. Daardoor is hun invloed op het gehele distributieproces en eventuele veranderingen daarin lang niet altijd groot.

Daarnaast is er slechts een beperkt aantal winkels dat moeilijk hanteerbare goederen verkoopt in de Utrechtse binnenstad, wat lastig is bij de eventuele implementatie van een GUP. Daarbij maken lang niet al deze winkels gebruik van de overlast veroorzakende incidentele distributie (restgroep van distributeurs die zich niet gespecialiseerd hebben in bevoorrading van binnensteden). Daardoor is de winst die op dit gebied en bij deze winkels geboekt kan worden, relatief beperkt. Deze randvoorwaarden lijken nadelig te werken op de haalbaarheid van het GUP-concept in Utrecht.

Uit eerdere ervaringen met onder meer de Binnenstadservice in Nijmegen is gebleken dat het vertrouwen van een klein aantal winkeliers in de opstartfase van een dergelijk concept al kan zorgen voor een succes. Veel winkeliers zijn aanvankelijk nog huiverig over het GUP-concept. Ze gaan er bijvoorbeeld vanuit dat consumenten het concept niet gaan gebruiken. Als deze winkeliers enthousiast raken en vertrouwen krijgen in het concept, kan het draagvlak groter worden. Deze winkeliers zorgen voor positieve spillovers waardoor er kansen voor een GUP ontstaan om door te groeien en succesvol te worden.

Er liggen kansen voor het GUP-concept wat betreft de winkeliers, al lijkt het perspectief op een succesvolle implementatie lastig. Vooral middels het gebundeld leveren kan het GUP-concept een oplossing bieden voor de belangrijkste problemen van de winkeliers met de stedelijke distributie. Wel lijkt het moeilijk om voldoende draagvlak te creëren onder de winkeliers en zijn verschillende randvoorwaarden niet al te gunstig. Een goede start is daarom in ieder geval noodzakelijk. De winkeliers zien daarbij meer in het onderdeel van een GUP dat zorgt voor het gebundelde vervoer naar de binnenstad dan in het GUP als consumentenophaalpunt. Daarbij moet gezegd worden dat de winkeliers over het algemeen niet verwachten dat de consument echt zit te wachten op een dergelijk concept.

Op basis van de kennis die in deze studie is opgedaan, lijken de winkeliers niet zulke grote problemen te hebben met de stedelijke distributie. Daarbij zijn de winkeliers erg behoudend als het gaat om veranderingen. De grootste problemen met de stedelijke distributie liggen wat betreft de winkeliers bij de flexibiliteit en de bereikbaarheid. Het gebundeld uitleveren van de goederen vanuit een GUP lijkt daarvoor een goede oplossing waar de winkeliers niet onwelwillend tegenoverstaan. Dit kan bij succes stapsgewijs worden uitgebouwd naar bijvoorbeeld het consumentenophaalpunt.

Haalbaarheid consumenten

Consumenten kijken over het algemeen positief tegen een concept als het GUP aan, maar daar moeten wel een aantal kanttekeningen bij worden geplaatst. Allereerst vertrouwen consumenten in hun winkel- en reisgedrag erg op positieve ervaringen uit het verleden. Sleutelwoorden hierbij zijn gemak en snelheid. Of het nu gaat om de vervoermiddelkeuze of de locatie waar men de moeilijk hanteerbare goederen koopt: men prefereert over het algemeen de gemakkelijkste weg.



Dit kan per persoon verschillen. Zo vindt de auto-captive het gemakkelijk de auto in de binnenstad te parkeren en kan iemand anders juist een GUP juist als gemakkelijk ervaren.

Problemen

Over het algemeen kopen consumenten moeilijk hanteerbare goederen liever niet in de binnenstad van Utrecht: dit doet men op een goed bereikbare locatie buiten de binnenstad. Als men er dan toch voor kiest om dergelijke goederen in de binnenstad te gaan kopen, kiest men bij voorkeur voor de auto, ook als men normaliter op een andere manier naar de binnenstad komt. Dit gaat echter gepaard met verschillende problemen. Zo is de autobereikbaarheid van de Utrechtse binnenstad beperkt en zijn de parkeergelegenheden schaars. Men moet dus veelvuldig sjouwen met de net aangekochte moeilijk hanteerbare goederen.

Draagvlak

Wat betreft het draagvlak zijn P+R-reizigers het meest enthousiast over een GUP. Deze zijn bewust gebruik gaan maken van een P+R-terrein en voor hen is dit inmiddels ook gewoontegedrag geworden. Daarbij is men uiterst tevreden over het P+R-gebruik. Toch wijken ook de P+R-reizigers bij de aankoop van moeilijk hanteerbare goederen af van hun gewoontegedrag en kiezen ze voor de auto naar de binnenstad. Een GUP op een P+R-terrein kan er voor zorgen dat dit type reiziger nog minder vaak met de auto de binnenstad in hoeft.

Autoreizigers zijn minder dan gemiddeld bereid gebruik te gaan maken van een GUP. Toch is dit de groep reizigers waar het eigenlijk allemaal om draait. Eén van de doelen van een GUP is immers een vermindering van het aantal auto's in de binnenstad. De overgrote meerderheid van de autoreizigers is echter captive en zijn al niet bereid gebruik te gaan maken van een P+R-terrein. Het lijkt dus bijna zinloos moeite te doen om deze auto-captives enthousiast te krijgen voor een GUP op een P+R-terrein. Wel is deze groep wellicht bereid gebruik te maken van een GUP waar men niet parkeert, maar op een uitvalsweg van de binnenstad even stopt om aankopen in te laden. Hiermee verdwijnen deze auto's niet uit de binnenstad, maar wordt wel al een kleine stap gezet.

Net als bij de overige vervoermiddelen is een klein deel van de autoreizigers echter een keuzereiziger. Deze groep lijkt meer bereid te zijn tot GUP-gebruik dan de captives. Keuzereizigers zitten bijvoorbeeld veel minder vast aan het gewoontegedrag. De bereidheid tot GUP-gebruik is bij deze groep een stuk hoger dan bij captives. Ook hebben keuzereizigers veel meer gedragskenmerken die neigen naar GUP-gebruik. Zo hechten zij minder belang aan de snelheid en het gemak van de verplaatsing.

Randvoorwaarden

Het overgrote deel van het winkelende publiek komt met het openbaar vervoer, de fiets of zelfs lopend naar de binnenstad van Utrecht. Hierdoor blijft er slechts een kleine groep over die écht kiest voor de auto (9 procent). Deze groep is nauwelijks over te halen tot een gedragsverandering die zorgt voor een betere luchtkwaliteit en vitaliteit in de Utrechtse binnenstad. Daarnaast is het aandeel bezoekers dat in de binnenstad van Utrecht moeilijk hanteerbare goederen komt kopen laag, ook al is het winkelen in het algemeen een belangrijk bezoekdoel van de binnenstadbezoekers. Deze randvoorwaarden lijken een succesvolle implementatie van het GUP-concept in Utrecht alleen maar lastiger te maken.



Wel lijkt het winkelende publiek uit de provincie Utrecht aan verschillende randvoorwaarden te voldoen waardoor GUP-gebruik bij hen waarschijnlijker lijkt dan bij het overige winkelende publiek. Als regionaal centrum is Utrecht voor hen één van de logische locaties waar men moeilijk hanteerbare goederen kan kopen en ze kennen de stad (onder andere vervoer, parkeermogelijkheden en winkelaanbod) goed waardoor dit geen belemmering hoeft te zijn voor het GUP-gebruik. De tramreizigers zijn hier een goed voorbeeld van. Zij zijn bovengemiddeld enthousiast over het GUP-concept. Naast het feit dat ze nagenoeg allemaal uit de directe omgeving van Utrecht komen, passeren tramreizigers P+R Westraven. Hierdoor zijn ze wellicht vertrouwd met het P+R-concept en is de stap naar eventueel GUP-gebruik door eerdere positieve ervaringen kleiner dan bij bijvoorbeeld de autoreizigers.

De OV-reizigers lijken in eerste instantie niet interessant voor een GUP omdat ze niet tot de overlast veroorzakende doelgroep behoren. Toch passen ook de OV-reizigers bij de aankoop van moeilijk hanteerbare goederen hun gedrag aan. Ook zij kiezen in zo'n geval voor de auto. In dergelijke gevallen lijkt het gunstig als men bereid is gebruik te maken van een GUP. De trein- en busreizigers zijn daarbij minder dan gemiddeld bereid gebruik te gaan maken van een GUP. Onder de treinreizigers zijn dan ook relatief veel funshoppers. Deze komen veelvuldig van buiten de provincie Utrecht en kennen de stad niet goed. Ook zullen zij hun moeilijk hanteerbare goederen bij voorkeur dichterbij huis kopen.

Ook het winkelend publiek dat uit Utrecht zelf komt, lijkt geen geschikte doelgroep voor een GUP. Op welke manier deze mensen ook naar de binnenstad komen, het GUP-gebruik lijkt geen aantrekkelijke optie omdat men bij de aankoop van moeilijk hanteerbare goederen nagenoeg altijd meer moeite moet gaan doen dan in de huidige situatie. Het lijkt verstandig om bij de realisatie van een GUP geen prioriteit te stellen aan de wensen van deze groep omdat het GUP-gebruik voor hen toch niet haalbaar is.

Op basis van de kennis die in deze studie is opgedaan, lijkt er aan de vraagkant wat betreft het GUP-gebruik slechts draagvlak te zijn onder bepaalde doelgroepen. Voor elke doelgroep zijn de problemen met de aankoop van moeilijk hanteerbare goederen in de Utrechtse binnenstad verschillend. Wat betreft de autoreizigers is (net als bij de andere vervoermiddelen) slechts een klein deel keuzereiziger die openstaat voor het GUP. Zij hechten minder dan gemiddeld belang aan de snelheid en het gemak van de verplaatsing dan de captives. Verder zijn binnenstadbezoekers uit de provincie Utrecht een belangrijke doelgroep voor het GUP. Zij gebruiken de binnenstad als regionaal centrum en kennen de stad goed. Er komt slechts een klein deel van het winkelende publiek moeilijk hanteerbare goederen kopen in de Utrechtse binnenstad en slechts 9 procent komt met de auto. Daardoor is de winst die met het GUP-concept op dit gebied kan worden behaald, relatief klein.

9.2 Aanbevelingen

In deze laatste paragraaf worden aanbevelingen gedaan over de vorm van het GUP, als deze in Utrecht wordt gerealiseerd. Hierbij wordt ingegaan op achtereenvolgens de doelgroepen, locatie en inrichting van het GUP. De paragraaf wordt afgesloten met aanbevelingen voor eventueel vervolgonderzoek.



Doelgroepen

- Uit bovenstaande paragraaf is naar voren gekomen dat men zich bij het **realiseren** van een GUP in eerste instantie, naast de winkeliers, ook moet **richten** op de **keuzereizigers die met de auto** komen en de **P+R-reizigers**. Dit **doelgroepenbeleid** vergroot de haalbaarheid van een GUP in Utrecht. Hierbij moet de focus wat betreft inrichting en promotie in eerste instantie liggen bij de hierboven genoemde, belangrijkste partijen. In een later stadium kan bij succes altijd worden voortborduurd op de positieve ervaringen van de gebruikers en mogelijk gericht worden op andere doelgroepen.
- Verder moet men zich bij de realisatie van een GUP expliciet richten op de **binnenstadbezoekers die afkomstig zijn uit de provincie Utrecht**. Naast het gegeven dat de binnenstadbezoekers uit de provincie het meest geschikt lijken voor het GUP-gebruik, komt het winkelend publiek ook relatief vaak uit de provincie Utrecht. De tramlijn lijkt een belangrijke oorzaak te zijn voor het gegeven dat het hier vooral mensen betreft uit het zuidelijk deel van de provincie Utrecht zoals Nieuwegein en IJsselstein. Daarbij zijn de huidige tramreizigers bovengemiddeld enthousiast over het GUP-concept.

Locatie

- Het ligt het meest voor de hand een GUP te realiseren op **P+R Westraven**. Wat betreft de winkeliers lijkt de **locatie** niet zo erg van belang aangezien zij in eerste instantie het meest zien in het gebundeld leveren. Daarom is een locatie die per vrachtauto goed te bereiken is, in dit stadium voldoende. P+R Westraven ligt direct aan de snelweg en is ook vanuit de binnenstad goed te bereiken.

Daarnaast zijn de huidige P+R-reizigers al erg tevreden over het P+R-terrein en staan zij open voor het GUP-gebruik. Dit is slechts een kleine stap en het lijkt alleen belangrijk het GUP in ieder geval **niet duurder** te maken dan het huidige **P+R-gebruik**. Deze lage prijs is namelijk één van de belangrijkste factoren die het P+R-gebruik aantrekkelijk maakt voor deze groep.

Om een deel van de (keuze)autoreizigers toch over te halen tot P+R-gebruik, lijkt een prijsprikkel niet voldoende. Juist de autoreizigers zijn daar niet gevoelig voor. Een extra prikkel is dus noodzakelijk om een GUP voor de autoreiziger zo aantrekkelijk te maken dat ze er niet meer omheen kunnen. Om een dergelijke prikkel te ontwikkelen lijkt een methode als **co-creatie**⁹ ervoor te kunnen zorgen dat het GUP zo goed mogelijk wordt afgestemd op de wensen van de reiziger.

- Omdat de reacties van zowel de winkeliers als de consumenten in eerste instantie niet onverdeeld positief zijn, kan het concept in eerste instantie het beste **alleen op P+R Westraven** worden getest. Op deze manier kan de focus liggen op één locatie waarin goed wordt geïnvesteerd. Juist bij een dergelijk complex concept, waarbij veel verschillende partijen moeten worden overgehaald om er gebruik van te maken, is het belangrijk al vanaf het eerste begin een goede indruk te maken. Positieve ervaringen en spillovers richting anderen kunnen het concept namelijk maken of kraken.

⁹ Een methode waarbij consumenten betrokken worden bij de totstandkoming van producten en diensten. Door het 'samen creëren' sluit het resultaat beter aan bij de behoeften van de gebruikers.



Inrichting

- Aangezien er in de binnenstad van Utrecht slechts een beperkt aantal winkels is dat moeilijk hanteerbare goederen verkoopt en ook het percentage consumenten dat dergelijke goederen koopt, erg laag is, moet het GUP in eerste instantie **niet alleen ingericht worden voor moeilijk hanteerbare goederen**. De haalbaarheid van het concept wordt groter als de focus ook ligt op andere (meer in de binnenstad voorkomende) goederen. Temeer omdat ook de winkeliers aangeven in eerste instantie meer te zien in de kant van het GUP die zorgt voor het gebundeld leveren van de goederen. Hier lenen immers juist ook de niet moeilijk hanteerbare goederen zich uitstekend voor (zie het voorbeeld van de Binnenstadservice in Nijmegen).
- Als de focus daarbij **in eerste instantie** ligt bij het opzetten van een **gedegen systeem van gebundeld leveren** richting de binnenstad, kan in dit bij succes in een later stadium gemakkelijk worden uitgebreid naar een volwaardig consumentenophaalpunt. De winkeliers zijn dan immers vertrouwd met het concept en wellicht gemakkelijker bereid stappen te zetten waarbij ook consumenten bij het concept worden betrokken. Zeker als het GUP wordt gerealiseerd op een P+R-terrein moet het ophalen voor consumenten in eerste instantie niet worden uitgesloten als enkele winkels daaraan mee willen werken.

Voor het gebundeld leveren lijkt het kansrijk samen te werken met de inmiddels succesvolle Cargohopper en de net opgezette Binnenstadservice Utrecht. Daarbij zorgt deze afgeslankte vorm van het GUP al voor een kleine winst als het gaat om de luchtkwaliteit en leefbaarheid van de Utrechtse binnenstad en kan deze zoals gezegd de facilitator zijn voor een meer complex GUP-concept dat in deze studie centraal staat.

Vervolgonderzoek

- Als aanbeveling voor eventueel **vervolgonderzoek** op deze studie lijkt het van belang om aan de aanbodzijde naast de winkeliers ook onderzoek te doen bij de **distributeurs**. Deze blijken meer invloed te hebben op de stedelijke distributie dan op basis van het de deskresearch van deze studie werd aangenomen. Doormiddel van interviews kan de mening van de distributeurs over het concept worden gepeild. Voor de haalbaarheid van een GUP lijkt het op basis van deze studie namelijk noodzakelijk dat ook deze partij positief tegenover het concept staat. Zo ligt de regie van de stedelijke distributie in veel gevallen in ieder geval deels bij de distributeurs.

Verder lijkt het in eventueel vervolgonderzoek belangrijk een **concrete pilot** op te nemen en uit te werken. Hierbij moet concreter ingegaan worden op de benadering van de deelnemende winkels, de exploitatie, precieze invulling van het concept en de vorm van het GUP. Hierbij lijkt het reëel samen te werken met één of meerdere partners, zoals de Cargohopper. Met de pilot kan vervolgens worden getest of het GUP écht haalbaar is.



10. Literatuur

- Ambassadeur Stedelijke Distributie (2009), Gemeente Utrecht winnaar Award Stedelijke Distributie 2009. Geciteerd op het World Wide Web op 8 januari op <<http://www.stedelijkedistributie.nl/actueel/nieuws/nieuwcomponent.aspx>>
- Baarda, D.B. & M.P.M. de Goede (2001), Basisboek Methoden en Technieken. Groningen: Stenfert Kroese, derde druk.
- Beynen de Hoog, P. (2004), Hoe kiest de keuzereiziger? Mogelijke determinanten van vervoerwijzekeuzegedrag onder keuzereizigers. Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk 2004, 25 en 26 november 2004, Zeist.
- Beynen de Hoog, P. & K. Brookhuis (2005), Winkelen en vervoerwijzekeuze, een data-analyse. Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk 2005, 24 en 25 november 2005, Antwerpen.
- Boeije, H. (2008), Analyseren in kwalitatief onderzoek, denken en doen. Den Haag: Boom onderwijs, derde druk.
- Boschma, R.A., K. Frenken & J.G. Lambooy (2002), Evolutionaire Economie. Een inleiding. Bussum: Coutinho.
- Bryman, A. (2008), Social Research Methods. Oxford: University Press, derde druk.
- Buck Consultants International (2009), Bevoorradingsprofiel Utrecht. In opdracht van de Gemeente Utrecht. Nijmegen: Buck Consultants International.
- CIVITAS MIMOSA (2009a), Merchandise Pick-up Points Utrecht. Geciteerd op het World Wide Web op 18 december 2009 op < http://www.civitas-initiative.org/measure_sheet.phtml?lan=en&id=615>
- Commissie Stedelijke Distributie (2008a), Omgevingsanalyse: Stedelijke distributie, samen gaan voor resultaat! Afgeleide van het advies van prof. dr. W. Lemstra.
- Commissie Stedelijke Distributie (2008b), Voorbeeldenboek: Stedelijke distributie, samen gaan voor resultaat! Afgeleide van het advies van prof. dr. W. Lemstra.
- Dekker, H., Ginkel, van, K., Nieveen, N., Keursten, P., Rondeel, M. & S. Wagenaar (2000), Werken aan kennis. Methoden voor het creëren, delen en toepassen van kennis. In opdracht van de Hogeschool van Amsterdam afdeling Onderwijsresearch en Ontwikkeling. Utrecht: Kessels & Smit, the Learning Company.
- Dennis, C. (2005), Why do People Shop Where They do? The Attributes of Shopping Centres that Determine Where Consumers Choose to Shop. Uit: Objects of Desire: Consumer Behaviour in Shopping Centre Choices, hoofdstuk 3. Uxbridge: Brunel Business School.
- DHV Milieu en Infrastructuur BV (2003). Handleiding Goederenvervoer in stedelijke gebied. Mogelijkheden om goederenvervoeraspecten mee te nemen in het ruimtelijk ordeningsproces. In opdracht van het Ministerie Verkeer en Waterstaat, DG Rijkswaterstaat Adviesdienst verkeer en vervoer.
- Extenzio (2009), Samenvatting QuickScan: CentrumMonitor binnenstad Utrecht. Utrecht: Extenzio.
- Gemeente Utrecht (2008), Lucht voor ambitie: Actieplan luchtkwaliteit Utrecht 2008.
- Hemmer, E. (2001), Stadsopslag en Ophaal Punt. Delft: Technische Universiteit Delft: Afstudeeronderzoek Bouwmanagement en Vastgoedbeheer.
- Hendriks, B., Hofenk, D., Quak, H., Rooijen van T. & M. van Birgelen (2009), Transumo-project. Transitie naar duurzame stedelijke distributie. Op maat oplossingen voor duurzamere stedelijke distributie: De ervaringen na één jaar binnenstadservice. Rotterdam: Thieme MediaCenter.
- Heuts, P. (2009), Zonder stress de binnenstad door. Cargohopper; blikvanger in Utrecht. In: Nieuwsblad Transport 21 augustus 2009.



- Koolen, R. & G. Tertoolen (2006), Back To The Future, over een toekomst voor het openbaar vervoer. Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk 2006, 23 en 24 november 2006, Amsterdam.
- Kesteren, van E.E., Hoorn, van der A.I.J.M. & R.H. Oldenburger (1995), Detailhandel wijkt niet voor autoluwe binnenstad. In: Verkeerskunde nummer 9.
- Locatus (2008a), Winkelpassantentelling Utrecht-centrum Oost 2008. Woerden: Locatus.
- Locatus (2008b), Winkelpassantentelling Utrecht-centrum West 2008. Woerden: Locatus.
- Ploos van Amstel, W. (2008), Logistiek. Amsterdam: Pearson Education Uitgeverij.
- Quak, H. J. (2008), Sustainability of Urban Freight Transport, Retail Distribution and Local Regulations in Cities. Rotterdam: Proefschrift Erasmus Universiteit.
- Quak, H.J., (2010), Stedelijke distributie: kansrijk maar onder voorwaarden. Geciteerd op het World Wide Web op 11 februari 2010 op
<http://www.logistiek.nl/experts/id12793_Stedelijke_distributie_kansrijk_maar_onder_voorwaarden.html>
- Quispel, M. & J.T. Schoemaker (2006), Stedelijke distributie: Meer aandacht van de overheid nodig. Zoetermeer: Panteia. BASIS, tijdschrift voor beleidsonderzoek. Geciteerd op het World Wide Web op 30 december 2009 op <<http://www.basis-online.nl/index.cfm/1,107,329,0,html/Stedelijke-distributie>>
- Rutten, S., Baggen, J. & D. Kuijper (2006), Stedelijke distributie en openbare ruimte in binnensteden, kansen voor samenwerking? Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk 2006, 23 en 24 november 2006, Amsterdam.
- Schoemaker, T. (2002), Samenhang in vervoer- en verkeerssystemen. Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- Schoemaker, J.T. & N.J. Dasburg-Tromp (2009), Goederen uitgiftepunten als alternatief voor thuisbezorging. Zoetermeer: GOVERA.
- Seip, M. (1999), De kern centraal. Een studie naar het functioneren van binnensteden. Alphen aan den Rijn: Samson.
- Special Infra (2005), Het stadsinfarct, Technische oplossingen voor distributieproblemen komen nauwelijks van de grond. In: De Ingenieur 22/23, 23 december 2005, pp. 40-44.
- Spierings, B. (2006), Cities, consumption and competition: the image of consumerism and the making of city centres. Nijmegen: Radboud Universiteit, promotieonderzoek.
- STOGO onderzoek + advies (2008), P+R gebruik in Utrecht. Nieuwegein: STOGO onderzoek + advies. In opdracht van GVVU, Connexxion en de gemeente Utrecht.
- Strabo (2009a), Passantenonderzoek Binnenstad Utrecht. Amsterdam: Strabo bv, Marktonderzoek en Vastgoedinformatie.
- Strabo (2009b), Ondernemersonderzoek kernwinkelgebied Utrecht voorjaar 2009. Amsterdam: Strabo bv, Marktonderzoek en Vastgoedinformatie.
- Terpstra, P.R.A. (2002), Detailhandelsbeleid op de helling?! Geciteerd op het World Wide Web op 8 juli 2010 op <<http://www.bng.nl>>.
- Tertoolen, G. (2009), Opzet voor een effectieve strategie om keuzegedrag te beïnvloeden. Utrecht: XTNT Experts in Traffic and Transport.
- Timmermans, H. (1979), Geografische Benaderingen van het Ruimtelijk Koopgedrag van Consumenten: Een literatuurverkenning. In: K.N.A.G. Geografisch Tijdschrift, 13, pp. 105-113
- Visser, H.M. & A.R. Goor (1996), Werken met logistiek. Houten: Educatieve Partners Nederland, Stenfert Kroese.
- Vocht, de A. (2002), Basishandboek SPSS 11 voor Windows. Utrecht: Bijleveld Press.
- Weltevreden, J.W.J. (2006), City Centres in the Internet Age, Exploring the implications of b2c e-commerce for retailing at city centres in the Netherlands. Proefschrift Universiteit Utrecht.
- Witlox, M. (2009), Mislukking en succes. Vrachtram; van veelbelovend plan tot faillissement. In: Nieuwsblad Transport 21 augustus 2009.



Gesprekken

- Ploos van Amstel, W. (27-01-2010), Senior adviseur bij TNO Mobiliteit en Logistiek. Amsterdam: Prins Hendrikkade 86f, 11.30 uur – 12.30 uur.
- Hendriks, B. (23-02-2010), Projectmanager Binnenstadservice Nijmegen. Nijmegen: Waalbandijk 22, 12.00 uur – 13.00 uur.
- Tien gesprekken met winkeliers in binnenstad van Utrecht: zie bijlage 11.3.

Websites

- CIVITAS MIMOSA (2009b): http://www.civitas-initiative.org/project_sheet?lan=en&id=1
- Gemeente Utrecht (2009): www.utrecht.nl/goederenvervoer
- Gemeente Utrecht (2010): www.utrecht.nl/parkeren





11. Bijlagen

11.1 Oplossingen van de stedelijke distributieproblematiek

Innovatieve logistieke concepten

- **Bierboot (Utrecht)**
Zie paragraaf 5.3
- **Binnenstadservice (oorspronkelijk Nijmegen)**
Zie interview met mevrouw Hendriks in bijlage 11.4.
- **Cargohopper (Utrecht)**
Zie paragraaf 5.3
- **Citylog en fietskoeriers (pilot Nijmegen)**
Fietskoeriers zijn volgens de Commissie Stedelijke Distributie (2008b) al in enkele Nederlandse steden te vinden en zijn een schoon en snel alternatief voor de binnenstedelijke distributie van de kleinere goederen. Bij dit concept worden de goederen afgeleverd in een SDC aan de rand van de binnenstad. Vervolgens kunnen ze per fietskoerier op elk gewenst tijdstip naar de winkels gebracht worden.
- **Internetwinkelen**
Het internetwinkelen maakt volgens Weltevreden (2006) een sterke ontwikkeling door, die gepaard gaat met de enorme groei van het internet zelf. De mogelijkheden worden steeds groter en een groot deel van de Nederlanders doet inmiddels ten minste wel eens een internetaankoop.
- **Ondergrondse Logistieke Systemen (OLS)**
Er waren in Nederland tien jaar geleden volgens Special Infra (2005) grootse plannen voor de ontwikkeling van een OLS en dit werd toentertijd gezien als het alternatief voor het traditionele concept. Tot dusver is er in Nederland nog geen OLS gerealiseerd. De ondergrondse infrastructuur voor een OLS is erg duur, zeker met de zwakke Nederlandse bodem. Toch zullen er in de toekomst, ondanks de hoge kosten, wel automatische logistieke ondergrondse of ongehinderde systemen komen. *"Automatisering gaat door, ook in het transport"* (Special Infra, 2005, p.42).
- **Roll-on Roll-off-oplegger (RoRo)**
De RoRo is volgens Special Infra (2005) in de jaren '90 door Albert Heijn en DAF ontwikkeld. De vrachtauto is zo gemaakt dat er geen laadklep nodig is bij het laden en lossen van goederen. Hierdoor werd een halvering van de laad- en lostijden mogelijk en werd de overlast van het distributieverkeer van en naar de Albert Heijn op die manier beperkt. Vanaf eind jaren '90 zijn de RoRo's door hun lengte in veel binnensteden verboden waardoor ze niet meer gebruikt worden. Het concept RoRo is dus nooit echt van de grond gekomen.



- **Stad Distributie Centrum (SDC)**
Een SDC is volgens Quispel en Schoemaker (2006) een distributiecentrum, gelegen net buiten de stad, vanwaar de goederen gebundeld de stad ingaan. Hierdoor zal er een vermindering in het aantal voertuigbewegingen optreden in het centrum. Eén van de belangrijkste kwaliteiten van een SDC is volgens Quak (2008) het opsplitsen van de distributie in twee delen. Hiermee kunnen de specifieke kwaliteiten van zowel het vervoer buiten als binnen de stad beide optimaal worden benut. Veel innovatieve logistieke concepten, als de Cargohopper, Citylog en fietskoeriers, Binnenstadservice en de Vrachtttram maken gebruik van een SDC.

- **Vrachtttram**
Volgens Special Infra (2005) worden de goederen in een SDC overgeslagen van een vrachtauto naar de tram. Vervolgens worden de goederen in de binnenstad weer overgeslagen van een tram naar kleine elektrische voertuigen (E-cars) die de goederen naar de winkels brengen. Het voordeel hiervan is dat de stad niet langer last heeft van grote vrachtauto's die in het centrum laden en lossen. De luchtkwaliteit gaat vooruit en de leefbaarheid omhoog. Ook hoeven de transporteurs minder ver de stad in, wat kostenvoordelen met zich meebrengt. In Duitsland maakt Volkswagen in Dresden voor het bevoorraden al sinds 2000 gebruik van vrachtttrams. Het gaat hier echter niet om een vrachtttram in de stedelijke distributie. In Nederland zijn er in 2007 in Amsterdam testen gedaan met een vrachtttram en waren er plannen voor een systeem van ruim 40 trams. Mede door problemen met de financiering en inpassing in het huidige tramsysteem zijn deze testen met de City Cargo, de officiële naam van de distributietram, mislukt.

Beleidsmatige maatregelen

- **Bundeling**
"Bundeling is het gezamenlijk vervoeren van goederen met verschillende bronnen van herkomst die een zelfde bestemming in de stad of deel van de stad hebben" (Hemmer, 2001, p.25). Een SDC of een ander distributiepunt aan de rand van de stad is hierbij noodzakelijk.

- **Geluidsreducerende producten**
Er zijn volgens Quispel en Schoemaker (2006) nieuwe producten voor de stedelijke distributie die zorgen voor een reductie in de geluidsoverlast. Het gaat hierbij bijvoorbeeld om rolcontainers met stille wielen (zorgt voor geluidsreductie bij de laad- en losactiviteiten) of zogenaamde *'low-noise'* vrachtauto's (zorgt voor geluidsreductie bij het rijden voor de stad).

- **Medegebruik busbanen**
In veel Nederlandse stadscentra zijn busbanen. Deze worden volgens Quispel en Schoemaker (2006) echter slechts sporadisch gebruikt door bussen en taxi's. Zonder dat dit de doorstroming van deze bussen en taxi's zal verhinderen, moet het goed mogelijk zijn om deze busbanen (gedeeltelijk) ook open te stellen voor distributievoertuigen.

- **Milieuheffing**
Veel steden heffen volgens Quispel en Schoemaker (2006) milieubelasting op vrachtauto's die de binnensteden bevoorraden. Deze milieubelasting is afhankelijk van het voertuig. Zo hoeft over de zuinigere voertuigen over het algemeen minder belasting betaald te worden. Ook hebben steden, vaak in de binnensteden, bepaalde milieuzones. In deze zones mogen vrachtauto's alleen komen als ze aan bepaalde milieueisen voldoen.



- **'s Nachts leveren**
Onder 's nachts leveren wordt volgens Hemmer (2001) het bevoorraden van winkels tussen ongeveer 22.00 uur en 5.00 uur bedoeld. De wijziging van winkeltijden en de strakkere venstertijden (zie verderop) in de binnenstad, maar ook de steeds flexibeler wordende arbeidstijden en toenemende filedruk in het algemeen maken het steeds voordeliger om de distributie ook op minder gangbare tijden te verzorgen. Om de nachtelijke geluidsoverlast in de binnenstad die gepaard gaat met de distributie zo veel mogelijk te beperken, worden er steeds stillere voertuigen ontwikkeld.

- **Standaardisatie**
Bij het langeafstandsvervoer is de zeecontainer al jaren de standaard. De voordelen van deze standaardisatie zijn enorm: lagere kosten, efficiënter vervoer, minder kilometers en meer veiligheid. Met betrekking tot de stedelijke distributie zijn er volgens Special Infra (2005) ook verschillende ideeën voor een dergelijke standaardisatie, deze zijn echter nog niet (op een grote schaal) ingevoerd. Een voorbeeld van een gestandaardiseerd product voor de stedelijke distributie is de stadsbox. Dit is een multifunctionele standaard laadeenheid waarvan er zes passen op een grote vrachtwagen voor de lange afstand. In de stad nemen kleine en smallere voertuigen, waar twee stadsboxen op passen, het vervoer over. Deze stadsbox, een gezamenlijk initiatief van Albert Heijn, Nederland Distributieland en de TU-Delft, is volgens Witlox (2009) echter volledig mislukt. De hoofdreden voor de mislukking is de schaal waarop het concept werd getest. In plaats van te beginnen met proeven op kleine lokale schaal, wilde de initiatiefnemers het concept gelijk landelijk invoeren. Het draagvlak voor een proef van een dergelijke omvang was echter beperkt.

- **Venstertijden**
Een van de meest gangbare, door de gemeente toegepaste, maatregelen om de overlast van de stedelijke distributie te beperken zijn volgens Quispel en Schoemaker (2006) venstertijden. Met de invoering van venstertijden is het slechts op bepaalde tijdsblokken op de dag toegestaan de binnenstad te bevoorraden. Volgens de Commissie Stedelijke Distributie (2008b) hanteren steden in veel gevallen venstertijden vanaf 7.00 uur tot 11.00 uur of 12.00 uur. De overlast voor het winkelend publiek blijft op deze manier beperkt, omdat dit in de binnenstad over het algemeen de rustigste tijd van de dag is.

- **Voertuigeisen**
Er zijn volgens Quispel en Schoemaker (2006) verschillende lokale overheden die eisen stellen aan de afmetingen en/of het gewicht van de voertuigen die zich bezighouden met de stedelijke distributie. Hierdoor kan de overlast zo goed mogelijk worden beperkt. De Commissie Stedelijke Distributie (2008b) voegt hieraan toe dat verschillende gemeenten extra aandacht geven aan de verbetering van de luchtkwaliteit. Hiertoe worden ook de eisen aan de voertuigen op het gebied van milieu steeds hoger. Er al veel mogelijk op dit gebied zoals trucks op biobrandstoffen, aardgas voertuigen en hybride motoren.



11.2 Interview winkeliers

Deel 1: Gegevens winkel

- deze vragen alleen stellen als ze niet vanzelfsprekend zijn -

1. Onder welke branche valt uw winkel en wat voor soort goederen verkoopt u?
2. Is uw winkel onderdeel van een keten, en zo ja uit hoeveel winkels bestaat de keten?
3. Wat is de oppervlakte van uw totale winkel en hoe groot is uw voorraad / opslag?
4. Kunt u ongeveer aangeven hoeveel bezoekers er dagelijks (werkdag & zaterdag) naar uw winkel komen en welk percentage daarvan ook wat koopt?
5. Weet u of de bezoekers van uw winkel vooral uit Utrecht komen of van daarbuiten?
6. Wat zijn de meest voorkomende goederen die verkocht worden in uw winkel?

Deel 2: Gegevens stedelijke distributie

7. Hoe steekt de distributie van goederen van uw winkel in elkaar?
 - a. Uitvoerende partij, één of meerdere?
 - b. Regie in handen van uw winkel of vervoerder?
 - c. Om wat voor soort distributie gaat het (netwerk, centrale of incidentele distributie - **zelf uitleggen** -)?
 - d. Hoeveelheden en soort producten (oa. grote of kleine)?
 - e. Frequentie van de distributie?
 - f. Tijdstip van de distributie?
 - g. Manier van uitvoering distributie (plaats in stad, aantal personen, enz.)?
 - h. Distributie altijd al ingericht op de hierboven beschreven manier?

Deel 3: Tevredenheid stedelijke distributie

8. Bent u tevreden over de huidige distributie naar uw winkel en kunt u dit uitdrukken in een cijfer tussen de 0 – 10?
9. Wat zijn volgens u de meest positieve en negatieve zaken in de huidige distributie?
10. Kunt u aangeven met welke problemen u momenteel te maken heeft bij de distributie voor uw winkel?

- alleen punten afgaan die bij vorige vraag nog niet zijn genoemd -

 - a. Flexibiliteit, en zo ja leg uit
 - b. Op tijd leveren, en zo ja leg uit
 - c. Bereikbaarheid winkel, en zo ja leg uit
 - d. Hindering / belemmeringen bij stedelijke distributie, en zo ja leg uit
 - e. Kosten, en zo ja leg uit
 - f. Regelgeving / beperking gemeente, en zo ja leg uit
 - g. Overig, namelijk:

- direct verwant aan stedelijke distributie -

 - h. Voorraad, en zo ja leg uit



11. Kunt u aangeven of u verwacht dat de consument momenteel last ondervindt van de distributie van uw winkel, en zo ja wat u verwacht dat de grootste problemen zijn?
- Binnenstad minder aantrekkelijk
 - Mijn winkel minder aantrekkelijk
 - Luchtkwaliteit
 - Bereikbaarheid
 - Veiligheid
 - Overlast vrachtverkeer
 - Overig, namelijk:

Deel 4: Voorwaarden nieuwe stedelijke distributie

12. Bent u op de hoogte van de problemen met de luchtkwaliteit in Utrecht en houdt u hier met uw distributie rekening mee?
13. Bent u bekend met nieuwe Utrechtse logistieke concepten als de Cargohopper, Bierboot of Binnenstadservice?
14. Welke van de problemen in de stedelijke distributie die u eerder aangaf, zou u het liefst veranderd zien?
15. Stel dat er een nieuwe vorm van stedelijke distributie wordt gerealiseerd, waaraan zou deze volgens u in ieder geval aan moeten voldoen?
- Kostenbesparing voor winkelier
 - Verhoging gemak voor winkelier
 - Verhoging gemak voor consument
 - Verhoging veiligheid
 - Verruiming voorraad (vergroting vvo)
 - Beschikbaarheid (openings- of bezorgtijden & ligging)

Deel 5: GUP

- ter inleiding korte uitleg mogelijke werking GUP-concept Utrecht -

16. Wat is uw eerste indruk van dit concept?
- Voordelen
 - Nadelen
17. Op welke manier zou het GUP-concept voor uw winkel geschikt kunnen zijn?
18. Welke locatie voor de GUP lijkt u voor uw winkel en daarmee gepaard gaande distributie het meest geschikt?
19. Zou u de exploitatie (en dus ook distributie) zelf in handen willen houden of bent u ook bereid deze (deels) uit handen te geven?
20. Zou u eventueel bereid zijn hier in de toekomst verder over mee te praten?



11.3 Uitgewerkte interviews winkelier

In deze bijlage zijn de volgende tien interviews opgenomen:

1. Ballast Bedtextiel	119
2. Bijenkorf	122
3. Combo Design	126
4. De Duif	130
5. Leeuwin's serviezenhuis	134
6. Lundia	138
7. Mycom	141
8. Riviera Maison	145
9. Steenweg	148
10. Van Pommeren	152



1. Ballast Bedtextiel

- **Bedtextiel & matrassen**
- Hoog Catharijne
- Gildekwartier 19

- Interview met de heer Oude Wansink, verantwoordelijk voor logistiek Ballast Utrecht.
- Ballastutrecht@gmail.com
- 19 april 2010, 12.30 uur – 13.00 uur

Deel 1: Gegevens winkel

- 1. Onder welke branche valt uw winkel en wat voor soort goederen verkoopt u?**
Wij voor kopen voornamelijk bedtextiel, maar ook kussens en tegenwoordig ook matrassen. We verkopen overigens geen bedden.
- 2. Is uw winkel onderdeel van een keten, en zo ja uit hoeveel winkels bestaat de keten?**
Er zijn meerdere winkels van Ballast, maar een keten is het niet. Vroeger waren meerdere winkels van één eigenaar, maar hij heeft alle winkels, behalve deze, inmiddels allemaal afgestoten. Er is verder nog wel een groothandel waar deze winkel dan eigenlijk wel weer bij hoort.
- 3. Wat is de oppervlakte van uw totale winkel en hoe groot is uw voorraad / opslag?**
De winkelruimte is ongeveer 120m² en we hebben een heel klein magazijntje van ongeveer 6m².
- 4. Kunt u ongeveer aangeven hoeveel bezoekers er dagelijks (werkdag & zaterdag) naar uw winkel komen en welk percentage daarvan ook wat koopt?**
Gemiddeld komen hier een stuk of 30 mensen per dag. Op zaterdag natuurlijk wel wat meer. De meeste mensen die hier komen, kopen ook iets. Dat is een stuk meer dan vroeger, het kooppercentage is momenteel vrij hoog.
- 5. Weet u of de bezoekers van uw winkel vooral uit Utrecht komen of van daarbuiten?**
Deze winkel wordt ook bezocht door mensen van buiten Utrecht, of zelfs van veel verder weg. Die mensen komen dan niet specifiek voor Ballast, maar er zijn toch veel mensen die een keertje naar Hoog Catharijne komen om een keertje te winkelen. Dat heeft meer met de ligging en aantrekkingskracht van Hoog Catharijne te maken, dan met Ballast.
- 6. Wat zijn de meest voorkomende goederen die verkocht worden in uw winkel?**
Dat zijn dekbedovertrekken.

Deel 2: Gegevens stedelijke distributie

- 7. Hoe steekt de distributie van goederen van uw winkel in elkaar?**
 - a) Uitvoerende partij, één of meerdere?*
Dat is één partij, de groothandel die ook achter deze Ballast winkel zit.
 - b) Regie in handen van uw winkel of vervoerder?*
Dat is dus de winkel, omdat de vervoerder ook de groothandel is die achter deze winkel zit.
 - c) Om wat voor soort distributie gaat het (netwerk, centrale of incidentele distributie - zelf uitleggen -)?*
De auto die de spullen voor Ballast Utrecht komt brengen doet twee winkels aan, deze en een winkel in Amsterdam.

Conclusie, mede bepaald door overige antwoorden vraag 7: Centrale distributie
 - d) Hoeveelheden en soort producten (oa. grote of kleine)?*
Dat is afhankelijk van hetgeen dat verkocht is, maar het gaat toch altijd wel om redelijk grote hoeveelheden.
 - e) Frequentie van de distributie?*
Wij worden één keer in de week bevoorrad.
 - f) Tijdstip van de distributie?*
Het vaste tijdstip van de distributie is dinsdagochtend.



- g) *Manier van uitvoering distributie (plaats in stad, aantal personen, enz.)?*
Ik doe de bevoorrading zelf. Ik werk hier een paar dagen in de winkel en een paar dagen in het magazijn. Op dinsdagochtend kom ik met een bestelbus met een aanhanger naar de losstraat hier beneden en dan zet ik de lading op karren en dan komt het hier naar boven. Dat doe ik allemaal alleen.
- h) *Distributie altijd al ingericht op de hierboven beschreven manier?*
Dat is eigenlijk al zolang als we hier zitten en dat is een jaar of elf, twaalf.

Deel 3: Tevredenheid stedelijke distributie

8. Bent u tevreden over de huidige distributie naar uw winkel en kunt u dit uitdrukken in een cijfer tussen de 0 – 10?

Ik geef daar een 7 voor.

9. Wat zijn volgens u de meest positieve en negatieve zaken in de huidige distributie?

Het meest positieve is dat we het allemaal zelf in de hand hebben, dat maakt het allemaal wel wat makkelijker. Het meest negatief is dat we toch wel een eind moeten lopen hier, van de losstraat naar de winkel en terug. Dat ligt er ook aan waar je kunt parkeren, maar het kan soms best een eind zijn.

10. Kunt u aangeven met welke problemen u momenteel te maken heeft bij de distributie voor uw winkel?

- a) *Flexibiliteit, en zo ja leg uit*
Dat kan wel eens een probleem zijn omdat er op die dinsdag toch ook nog wel eens wat andere dingen moeten gebeuren. Ook wordt de bus die wij gebruiken voor de distributie ook gebruikt voor de markt, iets wat wij ook op bepaalde dagen doen. Dat maakt het soms wat lastig plannen, zeker als er iets tussen komt.
- b) *Op tijd leveren, en zo ja leg uit*
Dat is geen probleem.
- c) *Bereikbaarheid winkel, en zo ja leg uit*
Dat is op zich geen probleem. Ik kom hier zelf ook vandaan dus ik weet de weg. Dit lijkt me voor de winkels in de binnenstad zelf een groter probleem. We komen wel helemaal uit Ederveen bij Veenendaal en van Veenendaal naar Utrecht is iedere morgen natuurlijk file, dus vertrekken wij altijd iets later.
- d) *Hindering / belemmeringen bij stedelijke distributie, en zo ja leg uit*
Nee, niet dat ik weet.
- e) *Kosten, en zo ja leg uit*
Ik denk dat de kosten zeker lager kunnen. Nu haal ik alles dus met ons bestelbusje zelf op bij het magazijn in Ederveen, dat is vast niet de goedkoopste manier. In het busje kunnen namelijk geen pallets en dat lijkt toch de goedkoopste manier. Dit is zeker het geval omdat onze goederen groot zijn en niet heel erg kostbaar. Elk kussen los verslepen is niet voordelig.
- f) *Regelgeving / beperking gemeente, en zo ja leg uit*
Nee, totaal geen problemen.
- g) *Overig, namelijk:*
Nee
- h) *Voorraad, en zo ja leg uit*
Nee dat levert geen problemen op. De voorraad is heel klein maar wij zetten nagenoeg alles gewoon direct in de winkel.

11. Kunt u aangeven of u verwacht dat de consument momenteel last ondervindt van de distributie van uw winkel, en zo ja wat u verwacht dat de grootste problemen zijn?

Nee, dat denk ik eigenlijk niet, ik merk er in ieder geval helemaal niets van, zeker omdat wij in Hoog Catharijne zitten.



Deel 4: Voorwaarden nieuwe stedelijke distributie

12. **Bent u op de hoogte van de problemen met de luchtkwaliteit in Utrecht en houdt u hier met uw distributie rekening mee?**

Ja, daar ben ik van op de hoogte.

13. **Bent u bekend met nieuwe Utrechtse logistieke concepten als de Cargohopper, Bierboot of Binnenstadservice?**

Ja, die ken ik alle drie.

14. **Welke van de problemen in de stedelijke distributie die u eerder aangaf, zou u het liefst veranderd zien?**

Dat vind ik heel lastig, daar heb ik niet echt een goed antwoord op.

15. **Stel dat er een nieuwe vorm van stedelijke distributie wordt gerealiseerd, waaraan zou deze volgens u in ieder geval aan moeten voldoen?**

- a) *Kostenbesparing voor winkelier*
Zoals ik al zei, zou het voor ons kostentechnisch voordelig kunnen uitpakken als we meer met pallets kunnen werken. Verder denk ik ook aan het gemak wat voort kan komen uit een nieuwe distributie.
- b) *Verhoging gemak voor winkelier*
We proberen nu ook al zo nu en dan een deel van de voorraad met pallets richting de winkel te krijgen, dat is veel makkelijker dan alles los. Dat is echter nu nog veel te duur, zeker met het volume van kussens en dekbedden. Het is echter wel makkelijk dus hopelijk wordt dat in de toekomst mogelijk.
- c) *Verhoging gemak voor consument*
Nee, die hebben volgens mij niet zoveel problemen met de distributie.
- d) *Verhoging veiligheid*
(Niet van toepassing door locatie in Hoog Catharijne)
- e) *Verruiming voorraad (vergroting vvo)*
(Reeds aan bod gekomen)
- f) *Beschikbaarheid (openings- of bezorgtijden & ligging)*
Dat is nu al goed omdat ik het dus zelf doe. Wel zou het handig zijn als er bijvoorbeeld nog een auto beschikbaar zou zijn.

Deel 5: GUP

- ter inleiding korte uitleg mogelijke werking GUP-concept Utrecht -

16. **Wat is uw eerste indruk van dit concept?**

Ik denk dat dat op zich wel iets is wat in de toekomst erg handig kan zijn.

- a) *Voordelen*
Wij zouden daarmee bij Ballast verlost zijn van die ene dag waar we nu toch min of meer aan vast zitten. Het zal allemaal een stuk flexibeler worden. Ook voor de klant zie ik voordelen. Zij hoeven niet langer met al die spullen te slepen, ook als ze nog andere boodschappen willen doen. Of dit nu om de omvang of het gewicht van de goederen gaat, dit kan nog wel eens een reden zijn voor mensen dat ze zaken niet mee nemen.

Op dat moment komt er een klant binnen die een paar aankopen komt doen en zegt dat hij de rest een week later komt halen omdat hij niet alles tegelijk mee kan nemen.

- b) *Nadelen*
Je hebt toch niet alles meer zelf in de hand.

17. **Op welke manier zou het GUP-concept voor uw winkel geschikt kunnen zijn?**
(Reeds aan bod gekomen)



- 18. Welke locatie voor de GUP lijkt u voor uw winkel en daarmee gepaard gaande distributie het meest geschikt?**
Dat vind ik lastig. Dan zou ik gaan kijken naar een industrieterrein zoals aan de rand van Nieuwegein, de Liesbosch, of iets dergelijks.
- 19. Zou u de exploitatie (en dus ook distributie) zelf in handen willen houden of bent u ook bereid deze (deels) uit handen te geven?**
Het is best mogelijk om de regie wat meer uit handen te geven hoor. Het lijkt mij wel lastig om te regelen.
- 20. Zou u eventueel bereid zijn hier in de toekomst verder over mee te praten?**
Ja zeker, ik weet gewoon dat er nu al wel gekeken is bij Ballast om de goederen met pallets te versturen en dat bleek nog lastig. Wij staan zeker open voor veranderingen.

2. Bijenkorf

- **Warenhuis / detailhandel**
- Historische binnenstad
- Sint Jacobsstraat 1a
- Interview met mevrouw Cortenberghe, assistent storemanager Bijenkorf Utrecht
- marjan.van.cortenberghe@debijenkorf.nl
- 03 mei 2010, 11.30 uur – 12.00 uur

Deel 1: Gegevens winkel

- 1. Onder welke branche valt uw winkel en wat voor soort goederen verkoopt u?**
De Bijenkorf is een warenhuis in de detailhandel.
- 2. Is uw winkel onderdeel van een keten, en zo ja uit hoeveel winkels bestaat de keten?**
Er zijn twaalf vestigingen van de Bijenkorf in Nederland, waarvan 5 in de Randstad.
- 3. Wat is de oppervlakte van uw totale winkel en hoe groot is uw voorraad / opslag?**
De Bijenkorf in Utrecht is zo'n 9000m² groot. Wij hopen met een verbouwing echter volgend jaar op een oppervlakte van 16000m² uit te komen. Daarvoor staan onder andere een aantal uitbouwen van het pand in de planning.
- De centrale opslag van de Bijenkorf zit in Woerden. Hier hebben we eigenlijk alleen een aankomst goederen en een buffer met daarbij kleine magazijnen.
- 4. Kunt u ongeveer aangeven hoeveel bezoekers er dagelijks (werkdag & zaterdag) naar uw winkel komen en welk percentage daarvan ook wat koopt?**
Gemiddeld wordt deze Bijenkorf per week bezocht door ongeveer 50.000 personen. Ongeveer 86 procent daarvan koopt iets.
- 5. Weet u of de bezoekers van uw winkel vooral uit Utrecht komen of van daarbuiten?**
De bezoekers komen voornamelijk uit Utrecht stad en regio. Landelijk hebben wij natuurlijk dekking met twaalf filialen.
- 6. Wat zijn de meest voorkomende moeilijk hanteerbare goederen die verkocht worden in uw winkel?**
Omdat het in dit geval om een warenhuis gaat en er dus een breed scala aan producten worden verkocht, is deze vraag gespecificeerd op de moeilijk hanteerbare goederen.

De meubels en de serviezen die wij verkopen worden eigenlijk allemaal thuisbezorgd, dus dat is niet zo relevant. Wat overblijft zijn eigenlijk alleen lampen. Of misschien een dekbed of iets dergelijks, maar dat past toch wel weer vaak in een tas. Verder is alles eigenlijk wel gemakkelijk mee te nemen.

Deel 2: Gegevens stedelijke distributie

- 7. Hoe steekt de distributie van goederen van uw winkel in elkaar?**
- a) *Uitvoerende partij, één of meerdere?*
De distributie van het magazijn in Woerden naar de verschillende filialen in Nederland doen wij zelf. Verder komen hier nog heel veel andere leveranciers. Zo komen er bijvoorbeeld veel



TNT koeriers. Ook hebben we verschillende concessionairs in het pand met hun eigen voorraad en personeel. Hun bevoorrading gaat meestal ook niet via Woerden, maar direct hierheen.

- b) *Regie in handen van uw winkel of vervoerder?*
De regie van de distributie vanuit Woerden ligt helemaal in onze handen. De overige distributie ligt helaas niet in onze regie, daar willen we veel meer mee. Nu moeten we bijvoorbeeld hier zes dagen per week onze aankomst goederen bemand hebben, terwijl we dat natuurlijk veel liever zouden willen kanaliseren naar een aantal uren per dag.
- c) *Om wat voor soort distributie gaat het (netwerk, centrale of incidentele distributie - zelf uitleggen -)?*

Conclusie, mede bepaald door overige antwoorden vraag 7: Combinatie van de drie vormen.
- d) *Hoeveelheden en soort producten (oa. grote of kleine)?*
(niet aan bod gekomen)
- e) *Frequentie van de distributie?*
De distributie van de Bijenkorf zelf komt iedere dag, behalve de woensdag. Daarnaast komen er dagelijks zo'n tien tot twintig externe leveringen. Het gaat dus wel om een substantieel aantal, waardoor we onze ontvangst goederen de hele dag bemand moeten houden. Nu scheelt het ook dat bijvoorbeeld de bakker en de toko die in ons pand zitten ook via dat punt aanleveren. Daar moeten wij natuurlijk ook de deur voor open houden en dat is dan niet eens voor ons zelf.
- f) *Tijdstip van de distributie?*
De distributie van de Bijenkorf zelf komt in ieder geval altijd met een ochtendwagen (rond acht uur) en soms ook met een middagwagen rond één uur. Maar we hebben daar natuurlijk ook pieken in, afhankelijk van de drukte in de winkel. De overige distributie kan echt de gehele dag komen.
- g) *Manier van uitvoering distributie (plaats in stad, aantal personen, enz.)?*
Aan de zijkant van het pand hebben wij een speciaal laad- en losgedeelte. Binnen hebben wij een aantal mensen in dienst die de aankomst goederen regelen. Die lossen de vrachtwagen, sorteren de goederen uit en vullen de vrachtwagen dan weer met de retouren en het afval. Vervolgens worden alle goederen uitgezocht en verdeeld over onze buffers per etage. Van daaruit gaan de goederen dan tot slot de winkel in.
- h) *Distributie altijd al ingericht op de hierboven beschreven manier?*
Ja dat is al lang zo.

Deel 3: Tevredenheid stedelijke distributie

8. Bent u tevreden over de huidige distributie naar uw winkel en kunt u dit uitdrukken in een cijfer tussen de 0 – 10?

Dan geef ik een 6. Het loopt en werkt maar ik heb wel enkele op en aanmerkingen hoor.

9. Wat zijn volgens u de meest positieve en negatieve zaken in de huidige distributie?

Het is vervelend dat we niet zo gemakkelijk te bereiken zijn hier in het centrum van Utrecht. De vrachtauto's hebben veel last van verkeershinder en files om op tijd te komen. Ook is het hier allemaal wat krap met laden en lossen, vooral met inparkeren. Maar dat is natuurlijk inherent aan een binnenstad. Deze problemen zijn overigens vergelijkbaar met onze andere vestigingen in de verschillende binnensteden.

Intern hebben we toch wel moeite met al die koeriers die gedurende de dag komen aanleveren. Voor ons als partij is dat toch wat lastig te coördineren en te bundelen. Dat is toch wel een wens, iets wat we graag anders zouden willen.

Positief is dat er geen rem vanuit de gemeente zit op de tijd van levering. Onze vrachtauto's kunnen altijd komen, dus dat is mooi.

10. Kunt u aangeven met welke problemen u momenteel te maken heeft bij de distributie voor uw winkel?



- a) *Flexibiliteit, en zo ja leg uit*
Daar hebben wij geen problemen mee hoor. Alleen binnen onze systemen laten wij geen vrachtauto rijden voor één product wat op is. In onze planning hebben we een aantal vrachtwagens en die laten we alleen vol rijden. Ook bij de overige partijen die bij ons leveren is flexibiliteit geen probleem.
- b) *Op tijd leveren, en zo ja leg uit*
Soms hebben de distributeurs natuurlijk te maken met bijvoorbeeld file, maar dat is geen heel groot probleem hoor.
- c) *Bereikbaarheid winkel, en zo ja leg uit*
Zeker voor een binnenstad gaat het goed, maar het blijft natuurlijk altijd een beetje onhandig, zeker met grote vrachtwagens.
- d) *Hindering / belemmeringen bij stedelijke distributie, en zo ja leg uit*
Voor de Bijenkorf niet.
- e) *Kosten, en zo ja leg uit*
Wat we intern regelen is heel erg kosten gestuurd. Het enige wat voor mij voordelig zou kunnen uitpakken, is als ik de aankomst goederen niet de gehele dag zou hoeven te bezetten. Dat zou voordelig zijn voor de personeelskosten. Verder is alles wat via Woerden gaat planbaar, en daar kunnen we onze bezetting dus op inrichten.
- f) *Regelgeving / beperking gemeente, en zo ja leg uit*
Wij lopen daar over het algemeen niet tegenaan.
- g) *Overig, namelijk:*
Nee
- h) *Voorraad, en zo ja leg uit*
Nee, wij zouden de voorraad niet groter willen hebben. De buffer die we nu hebben is voldoende. We willen de goederen natuurlijk op het juiste moment in het juiste filiaal hebben en de goederen die we hier hebben staan, kunnen ze ergens anders niet verkopen. We slaan alles dus liever in Woerden op dan hier.

11. Kunt u aangeven of u verwacht dat de consument momenteel last ondervindt van de distributie van uw winkel, en zo ja wat u verwacht dat de grootste problemen zijn?

Nee dat denk ik niet.

- a) *Binnenstad minder aantrekkelijk*
Alle vrachtwagens hier voor de deur op de Lange Viestraat zijn natuurlijk niet aantrekkelijk. Het maakt de winkels ook erg ontoegankelijk. Het ziet er niet uitnodigend uit en het belemmert de doorgang sterk.
- b) *Mijn winkel minder aantrekkelijk*
(hierboven aan bod gekomen)
- c) *Luchtkwaliteit*
Ik denk niet dat de consument dat anders ervaart in Utrecht dan ergens anders.
- d) *Bereikbaarheid*
Daar hebben de consumenten absoluut last van. De winkel is slecht bereikbaar en dat is lastig voor de klant, zeker nu met alle werkzaamheden in de binnenstad. De La Vie parkeergarage is ook eigenlijk wat te klein en toch ook moeilijk bereikbaar. Dat is ook zeker zorg voor onze toekomst hoor, de winkelbereikbaarheid en parkeergelegenheid zouden wij graag verbeterd zien. De Bijenkorf heeft vrij autogericht publiek, ook omdat ze vaak wat meer tegelijk kopen en dus meerdere tasjes mee moeten nemen.
- e) *Veiligheid*
Nee
- f) *Overlast vrachtverkeer*
(reeds aan bod gekomen)
- g) *Overig, namelijk:*



Nee

Deel 4: Voorwaarden nieuwe stedelijke distributie

12. Bent u op de hoogte van de problemen met de luchtkwaliteit in Utrecht en houdt u hier met uw distributie rekening mee?

Nee, daar ben ik niet van op de hoogte. Ik werk hier ook pas sinds november vorig jaar en daarvoor zat ik in Den Haag. Ik weet dat de problemen daar heel heftig zijn en dat zal hier niet anders zijn.

Milieuvriendelijkheid is wel absoluut een issue binnen de Bijenkorf. Zo zijn wij kortgeleden nog overgegaan op een ander, milieuvriendelijker wagenpark.

13. Bent u bekend met nieuwe Utrechtse logistieke concepten als de Cargohopper, Bierboot of Binnenstadservice?

Nee ook daar ben ik nog niet mee bekend. Wat ik wel weet, is dat dergelijke zaken bij het filiaal in Maastricht goed geregeld zijn in de binnenstad. Daar ken ik de fenomenen wel van, bijvoorbeeld met depots en dan met kleine wagentjes aanleveren.

14. Welke van de problemen in de stedelijke distributie die u eerder aangaf, zou u het liefst veranderd zien?

Dan kom ik toch weer uit op het bundelen van de leveringen, in ieder geval veel meer dan nu het geval is. Dat zou dan gunstig zijn voor de Bijenkorf, maar ook voor de stad Utrecht. We hebben natuurlijk ook horeca en food en daar hebben we natuurlijk ook nog aparte leveringen voor. Die komen ook allemaal apart en zijn lastiger te bundelen dan onze leveringen uit Woerden.

15. Stel dat er een nieuwe vorm van stedelijke distributie wordt gerealiseerd, waaraan zou deze volgens u in ieder geval aan moeten voldoen?

- a) *Kostenbesparing voor winkelier*
Belangrijk, maar ook niet de enige voorwaarde waarbij we aan een nieuw project mee zouden doen. Er zijn ook andere zaken van belang zoals de efficiency en de milieuproblematiek. Een kostenbesparing is dan ook niet de enige voorwaarde bij een eventuele verandering.
- b) *Verhoging gemak voor winkelier*
Dat is ondermeer die efficiency die ik net al noemde, dat is wel een voorwaarde ja.
- c) *Verhoging gemak voor consument*
Vind ik indirecter. Tenminste ik denk dat dit in de praktijk indirecter is, maar is wel ook een voorwaarde. Als er bijvoorbeeld minder vrachtwagens in de stad gaan rijden, wordt het winkelklimaat daardoor verbeterd.
- d) *Verhoging veiligheid*
Zoals gezegd is veiligheid nu geen probleem voor ons.
- e) *Verruiming voorraad (vergroting vvo)*
Zoals gezegd willen wij bewust geen grotere voorraad.
- f) *Beschikbaarheid (openings- of bezorgtijden & ligging)*
Ja, dat zou wel heel mooi zijn. Zoals al aan bod is gekomen, is de constante bemanning van onze aankomst goederen hier bijvoorbeeld een probleem.

Deel 5: GUP

- ter inleiding korte uitleg mogelijke werking GUP-concept Utrecht -

16. Wat is uw eerste indruk van dit concept?

- a) *Voordelen*
Ik was eigenlijk al heel nieuwsgierig omdat ik dergelijke concepten dus uit Maastricht ken, van de Bijenkorf. Dat is een prima initiatief en daar zijn we heel blij mee, dus daar willen we in Utrecht ook zeker mee starten als de mogelijkheid er is. Ik zou dan vooral heel blij worden als bijvoorbeeld alle TNT koeriers hun goederen op een dergelijk punt zouden afleveren en



dat ik vervolgens de spullen één keer per dag gebundeld doorgeleverd zou krijgen. Dat gebundeld doorleveren zou voor de Bijenkorf echt de grootste winst zijn.

Vervolgens leg ik uit dat de Binnenstadservice eigenlijk precies het concept is dat sinds kort in Utrecht aan dergelijke gebundelde doorlevering doet.

b) *Nadelen*

Het enige dat ik kan bedenken is dat als alles via zo'n punt gaat, dat wij dan de regie niet meer in eigen hand hebben en meer afhankelijk worden van andere partijen. Dat zou grote problemen kunnen opleveren bij grote acties als de drie dwaze dagen.

Verder twijfel ik over de relevantie van het echte klantafhaalpunt kant van het verhaal dat je vertelde. Ook omdat wij natuurlijk al vanuit Woerden bevoorrad worden en de grote goederen toch al thuisbezorgd worden. Daarnaast hebben we hier de beschikking over onze eigen parkeergarage.

17. Op welke manier zou het GUP-concept voor uw winkel geschikt kunnen zijn?

Dat is dus duidelijk meer de kant van het gebundeld doorleveren dan het echte afhaalpunt voor consumenten.

18. Welke locatie voor de GUP lijkt u voor uw winkel en daarmee gepaard gaande distributie het meest geschikt?

Dat weet ik niet omdat het dus voor ons niet zo relevant is als consumenten gaan afhalen. De locatie is verder dus niet zo belangrijk, als de vrachtauto's er maar kunnen komen.

19. Zou u de exploitatie (en dus ook distributie) zelf in handen willen houden of bent u ook bereid deze (deels) uit handen te geven?

Dat vind ik moeilijk te zeggen en ik weet ook niet hoe dat precies in Maastricht is geregeld, maar daar werkt het dus goed. Wij zijn natuurlijk wel eigenlijk 99,9 procent self-supported en dat willen we graag zo houden. Maar om winst te behalen op bepaalde punten moet je soms toch iets anders doen en daar staan we voor open hoor.

20. Zou u eventueel bereid zijn hier in de toekomst verder over mee te praten?

Het zou leuk zijn als hier iets uit voort kan komen in de toekomst. Zoals ik al meerdere keren zei, hebben wij een perfect voorbeeld in Maastricht en de opzet zoals die daar werkt zouden wij in Utrecht ook graag toepassen.

3. Combo Design

- **Inrichting & meubels**
- Historische binnenstad
- Sint Jacobsstraat 12

- Interview met mevrouw Pollé, mede-eigenaar Combo Design
- Ingrid@combodesign.nl
- 28 april 2010, 13.30 uur – 14.00 uur

Deel 1: Gegevens winkel

1. Onder welke branche valt uw winkel en wat voor soort goederen verkoopt u?

Deze winkel valt onder de woningbranche. Wij verkopen spullen voor de inrichting van een woning.

2. Is uw winkel onderdeel van een keten, en zo ja uit hoeveel winkels bestaat de keten?

Combo Design is een op zichzelf staande winkel, wij maken geen deel uit van een keten. We hebben nu sinds een jaar ook een vestiging in Kampen, maar dit is de hoofdvestiging.

3. Wat is de oppervlakte van uw totale winkel en hoe groot is uw voorraad / opslag?

De winkelruimte is hier ongeveer 1000m². In Kampen is de winkel beduidend kleiner met zo'n 100m² showroom. We hebben hier enkele hokken achter de wanden, maar die zijn niet zo groot hoor. Alles bij elkaar maximaal 50m² denk ik. We hebben ergens anders nog een echte voorraad van 300m².

4. Kunt u ongeveer aangeven hoeveel bezoekers er dagelijks (werkdag & zaterdag) naar uw winkel komen en welk percentage daarvan ook wat koopt?



Ik heb eigenlijk geen idee, misschien moeten we dat eens bij gaan houden. Ik denk dat er op een doordeweekse dag ongeveer 20 mensen komen en op zaterdag ongeveer 60 mensen. Doordeweeks komt men vooral kijken en op zaterdag kopen de klanten ook veel.

5. Weet u of de bezoekers van uw winkel vooral uit Utrecht komen of van daarbuiten?

De meeste bezoekers komen wel uit de regio Utrecht maar er komen ook veel mensen van verder weg. Dit zijn ook veel ouders van studenten die even op bezoek zijn en het leuk vinden om deze winkel te bezoeken.

6. Wat zijn de meest voorkomende goederen die verkocht worden in uw winkel?

De meest voorkomende goederen die hier worden verkocht zijn stoelen en tafels voor de eetkamer en banken voor in de huiskamer.

Deel 2: Gegevens stedelijke distributie

7. Hoe steekt de distributie van goederen van uw winkel in elkaar?

a) Uitvoerende partij, één of meerdere?

Elke leverancier komt met de eigen vrachtauto of bestelbus naar onze winkel of het depot buiten Utrecht. De spullen die naar het magazijn worden gebracht, brengen wij vervolgens zelf hier naartoe. Maar er zijn ook een heel aantal leveranciers die we de spullen hier gelijk laten brengen hoor, zoals de Technische Unie of Jan Krediet.

b) Regie in handen van uw winkel of vervoerder?

Bij de goederen die we vanuit het magazijn hierheen brengen ligt de regie volledig in onze handen, dat doen we dan ook zelf. Over die andere leveranciers die hier naar de winkel komen hebben we weinig te zeggen. Die bepalen alles zelf. Die komen gewoon wanneer ze zin hebben.

c) Om wat voor soort distributie gaat het (netwerk, centrale of incidentele distributie - zelf uitleggen -)?

Dat verschilt dus heel erg. Onze eigen distributie komt natuurlijk alleen hier en in Kampen, maar veel andere distributeurs doen tijdens een ritje naar Utrecht verschillende winkels aan, zeker koeriersbedrijven als UPS. Er zijn tot slot ook grote vrachtauto's die alleen voor ons helemaal hierheen komen, dat is dus weer heel anders.

Conclusie, mede bepaald door overige antwoorden vraag 7: Combinatie van de drie vormen.

d) Hoeveelheden en soort producten (oa. grote of kleine)?

Dat zijn de door ons bestelde producten, die bijvoorbeeld op zijn en we veranderen onze collectie ook vaak. Ook zijn het veel spullen uit ons magazijn die we dan direct door brengen naar klanten. Dat doen we namelijk best vaak. Of de klanten komen de spullen dan hier ophalen.

e) Frequentie van de distributie?

Dat verschilt echt heel erg, maar dagelijks komen hier wel één of meerdere leveranciers. Alleen op zaterdag niet en zondag en maandag zijn wij dicht.

f) Tijdstip van de distributie?

Ook dat verschilt heel erg. Jan Krediet geeft bijvoorbeeld wel aan wanneer die komt en wat die komt brengen, maar niet hoe laat. Andere transporteurs komen op vaste dagen naar Utrecht en die doen dan ook deze winkel aan. Ook UPS komt hier vaak en die komen al helemaal op willekeurige tijden, dat ligt maar net aan de route en de drukte op de weg. De Technische Unie ten slotte komt vaak 's ochtends, voor 10 uur zelfs meestal.

g) Manier van uitvoering distributie (plaats in stad, aantal personen, enz.)?

De Technische Unie laat haar spullen ook wel eens met dat karretje van de gemeente (CargoHopper red.) bezorgen.

h) Distributie altijd al ingericht op de hierboven beschreven manier?

Ja, dit gaat al tijden op deze manier.

Deel 3: Tevredenheid stedelijke distributie



8. Bent u tevreden over de huidige distributie naar uw winkel en kunt u dit uitdrukken in een cijfer tussen de 0 – 10?

Ik geef een 8, ik ben heel tevreden.

9. Wat zijn volgens u de meest positieve en negatieve zaken in de huidige distributie?

Positief is dat wij aangegeven hebben dat de leveranciers elke dag kunnen komen om onze spullen te brengen. Daardoor hebben we altijd heel snel onze spullen binnen. Wat ik negatief vind, is de bereikbaarheid van winkel voor vrachtauto's. De grote vrachtauto's kunnen hier nauwelijks komen omdat die lang niet altijd een roetfilter hebben of iets dergelijks. Hiernaast hebben we ook een laai en losplek maar ook die is heel slecht te bereiken, zeker voor de wat grotere vrachtauto's en door alle wegen bij het stadion en in de wijk hierachter die momenteel altijd zijn opengebroken.

10. Kunt u aangeven met welke problemen u momenteel te maken heeft bij de distributie voor uw winkel?

- a) *Flexibiliteit, en zo ja leg uit*
Ja, daar ben ik tevreden over, wij zitten nog net buiten de zone met venstertijden dus de leveranciers kunnen hier de hele dag komen.
- b) *Op tijd leveren, en zo ja leg uit*
Onze spullen worden op tijd geleverd.
- c) *Bereikbaarheid winkel, en zo ja leg uit*
(Reeds aan bod gekomen)
- d) *Hindering / belemmeringen bij stedelijke distributie, en zo ja leg uit*
Ik vind dat het in Utrecht niet duidelijk is hoe je de stad kunt bereiken, zowel voor de distributeur als de consument. En zeker nu niet met alle werkzaamheden rond het centrum.
- e) *Kosten, en zo ja leg uit*
Wij hebben eigenlijk niet zoveel extra kosten die we ervoor moeten maken.
- f) *Regelgeving / beperking gemeente, en zo ja leg uit*
(Reeds aan bod gekomen)
- g) *Overig, namelijk:*
Nee
- h) *Voorraad, en zo ja leg uit*
Ik zou hier wel graag wat meer ruimte hebben, voor de voorraad. Maar dan moeten de huurprijzen in het centrum wel drastisch omlaag. Het is echt niet meer te betalen tegenwoordig. Bij ons is wel het voordeel dat we op ieder moment van de dag een auto kunnen laten komen, we zijn dus flexibel. Daarom is een hele grote voorraad niet noodzakelijk. Voor de winkels met venstertijden te maken hebben lijkt me dit wel erg handig.

11. Kunt u aangeven of u verwacht dat de consument momenteel last ondervindt van de distributie van uw winkel, en zo ja wat u verwacht dat de grootste problemen zijn?

- a) *Binnenstad minder aantrekkelijk*
We horen van klanten die bijvoorbeeld ergens anders heen zijn verhuist, dat ze ook niet meer in de binnenstad van Utrecht komen winkelen omdat ze het minder aantrekkelijk vinden geworden en de bereikbaarheid zo rommelig is. Dat heeft dus meer met de stad op zich te maken dan met de distributie.
- b) *Mijn winkel minder aantrekkelijk*
Mensen kunnen wel eens last hebben van de spullen die hier binnen worden gebracht terwijl ze rustig aan het rondkijken zijn.
- c) *Luchtkwaliteit*
Nee, dat is geen probleem volgens mij.
- d) *Bereikbaarheid*
(Reeds aan bod gekomen)
- e) *Veiligheid*



Nee, de parkeerpolitie is hier zo strikt. Als er maar iets gebeurt wat enigszins gevaar op kan leveren of überhaupt verboden is, grijpt deze in. Dus gevaarlijke situaties zie je hier nauwelijks.

- f) *Overlast vrachtverkeer*
Ook dat is hier niet echt een probleem door de strenge regelgeving.
- g) *Overig, namelijk:*

Deel 4: Voorwaarden nieuwe stedelijke distributie

12. Bent u op de hoogte van de problemen met de luchtkwaliteit in Utrecht en houdt u hier met uw distributie rekening mee?

Daar ben ik eigenlijk slecht van op de hoogte.

13. Bent u bekend met nieuwe Utrechtse logistieke concepten als de Cargohopper, Bierboot of Binnenstadservice?

De Cargohopper komt hier dus zo nu en dan spullen brengen dus die ken ik. Maar dat gaat dan van de leverancier uit hoor, die kiezen daarvoor. Ons maakt het niet uit of de spullen met de Cargohopper of een bestelbusje worden gebracht. Daar hebben wij geen invloed op. De Bierboot ken ik niet, maar die lijkt me ook niet echt relevant voor onze winkel. Het zou ten slotte best kunnen dat de Binnenstadservice hier zo nu en dan ook onze spullen brengt maar daar hebben wij net als bij de Cargohopper geen invloed op, dat is een keus van de vervoerder.

14. Welke van de problemen in de stedelijke distributie die u eerder aangaf, zou u het liefst veranderd zien?

Dat zou dan die bereikbaarheid van de binnenstad zijn, zowel voor de vrachtauto's als de klant.

15. Stel dat er een nieuwe vorm van stedelijke distributie wordt gerealiseerd, waaraan zou deze volgens u in ieder geval aan moeten voldoen?

- a) *Kostenbesparing voor winkelier*
Ja, dat zou een nieuw systeem natuurlijk altijd moeten zijn, maar vooral ook klantvriendelijk.
- b) *Verhoging gemak voor winkelier*
Nee, wij zijn zelf al heel tevreden eigenlijk, dus als dat een beetje het zelfde blijft is het prima hoor.
- c) *Verhoging gemak voor consument*
(Reeds aan bod gekomen)
- d) *Verhoging veiligheid*
Het is nu op zich niet onveilig nu, dus hoeft dat ook niet beter in de toekomst.
- e) *Verruiming voorraad (vergroting vvo)*
Dat zou wel erg fijn zijn ja.
- f) *Beschikbaarheid (openings- of bezorgtijden & ligging)*
Dit nu eigenlijk al erg goed dus dat moet er zeker niet slechter op worden.

Deel 5: GUP

- ter inleiding korte uitleg mogelijke werking GUP-concept Utrecht -

16. Wat is uw eerste indruk van dit concept?

In eerste instantie klinkt dit me wel positief in de oren, maar of het ook voor ons handig kan zijn weet ik niet.

- a) *Nadelen (andersom dan bij overige interviews)*
Een tafel of een kastje bijvoorbeeld neem je sowieso al niet zo makkelijk mee dus die kunnen mensen van een dergelijk uitgifte punt ook niet meenemen. De kleinere spullen wel, maar die kunnen mensen nu ook al prima hiervandaan meenemen. Verder vind ik het ook klantvriendelijk klinken, je verliest toch een stukje contact met de klant. Je hebt dan toch



minder binding met de klant. Het moment dat de mensen de spullen uit de winkel komen ophalen valt namelijk compleet weg.

b) *Voordelen*

Ik zou het zo zien: laat ons op een dergelijk punt dan een stukje huren waar wij spullen kunnen afgeven aan de klanten. Dan kan echt iemand van onze winkel, van daaruit de klanten bedienen. Dan hoeft ook niet iedereen meer hier in de stad te komen. Ik zou dan een deel willen huren, voor een leuke prijs. Dan kun je de spullen deels direct doorleveren aan de klant in een soort extra vestiging op zo'n uitgifte punt.

17. Op welke manier zou het GUP-concept voor uw winkel geschikt kunnen zijn?

(Reeds aan bod gekomen)

18. Welke locatie voor de GUP lijkt u voor uw winkel en daarmee gepaard gaande distributie het meest geschikt?

Het P+R-terrein aan de A12 bij Hoograven lijkt mij wel een goede plek. Of bij de Veemarkt bijvoorbeeld lijkt me ook wel leuk.

19. Zou u de exploitatie (en dus ook distributie) zelf in handen willen houden of bent u ook bereid deze (deels) uit handen te geven?

Aan de ene kant zou ik zeggen dat je iets dergelijks het beste met een concurrent of collega, het is maar hoe je het noemt, zou kunnen opzetten. Die weten hoe je met meubels moet omgaan omdat ze in dezelfde branche zitten. Aan de andere kant wil je natuurlijk niet dat je concurrenten teveel in onze keuken kijken. Dan zou ik het dus liever met bijvoorbeeld de Mycom samen doen, maar die gaan weer heel anders met hun spullen om dan wij. Een meubelstuk is toch iets anders dan een computer.

20. Zou u eventueel bereid zijn hier in de toekomst verder over mee te praten?

Ja, hoor dat vind ik wel leuk.

4. De Duif

- **Verlichting**
- Historische binnenstad
- Lijnmarkt 38

- Interview met de heer van den Berg, mede-eigenaar de Duif
- Duif@planet.nl
- 15 mei 2010, 13.10 uur – 13.30 uur

Deel 1: Gegevens winkel

1. Onder welke branche valt uw winkel en wat voor soort goederen verkoopt u?

Dat is de detailhandel, verlichting en dan voornamelijk gericht op lichtadvies.

2. Is uw winkel onderdeel van een keten, en zo ja uit hoeveel winkels bestaat de keten?

Nee, dit is een op zichzelf staande winkel.

3. Wat is de oppervlakte van uw totale winkel en hoe groot is uw voorraad / opslag?

De winkelruimte is ongeveer 130m² en we hebben een voorraad in de kelder van ongeveer 20m².

4. Kunt u ongeveer aangeven hoeveel bezoekers er dagelijks (werkdag & zaterdag) naar uw winkel komen en welk percentage daarvan ook wat koopt?

Nee, geen idee.

5. Weet u of de bezoekers van uw winkel vooral uit Utrecht komen of van daarbuiten?

De bezoekers komen vooral uit de stad Utrecht of de regio. Daarnaast zijn er natuurlijk uitschieters uit heel Nederland. De regio kent de winkel wel, dus die mensen komen bewust. De rest zijn toevalligheden die langslopen.

6. Wat zijn de meest voorkomende goederen die verkocht worden in uw winkel?

Dat zijn uiteraard lampen. Voornamelijk de lampen die in de winkel hangen, maar dat zijn dan wel weer totaalplaatjes.

Deel 2: Gegevens stedelijke distributie



7. Hoe steekt de distributie van goederen van uw winkel in elkaar?

- a) *Uitvoerende partij, één of meerdere?*
Dat zijn veel verschillende partijen.
- b) *Regie in handen van uw winkel of vervoerder?*
Die regie ligt volledig bij de vervoerder. Wij bestellen onze goederen en hebben vervolgens geen invloed op de manier van vervoer naar de winkel toe.
- c) *Om wat voor soort distributie gaat het (netwerk, centrale of incidentele distributie - zelf uitleggen -)?*
Dat verschilt erg per vervoerder, maar hoofdzakelijk pakken ze toch wel de gehele straat mee. Onze leveringen komen voornamelijk met de bekende koeriersbedrijven.

Conclusie, mede bepaald door overige antwoorden vraag 7: Voornamelijk netwerk distributie.
- d) *Hoeveelheden en soort producten (oa. grote of kleine)?*
Dit varieert van dozen tot pallets. Deze worden bijna altijd door een bestelbusje gebracht.
- e) *Frequentie van de distributie?*
Er worden hier dagelijks meerdere leveringen gebracht.
- f) *Tijdstip van de distributie?*
Dit is voornamelijk tussen 10.00 uur en 13.00 uur.
- g) *Manier van uitvoering distributie (plaats in stad, aantal personen, enz.)?*
Tot 11.00 uur mogen de distributeurs hier voor de deur komen dus dat doen ze dan ook. Echter, als ze later komen parkeren ze zo dicht mogelijk bij de winkel en komen ze het met een steekwagentje of iets dergelijks brengen. Incidenteel, bij bijvoorbeeld een extreem grote levering, helpen wij bij het uitladen van de busjes. Over het algemeen doet de koerier dit echter gewoon zelf.
- h) *Distributie altijd al ingericht op de hierboven beschreven manier?*
Het gaat hier al jaren op dezelfde manier, ook omdat we dus onze eigen distributie hebben.

Deel 3: Tevredenheid stedelijke distributie

8. Bent u tevreden over de huidige distributie naar uw winkel en kunt u dit uitdrukken in een cijfer tussen de 0 – 10?

Ik geef een 8.

9. Wat zijn volgens u de meest positieve en negatieve zaken in de huidige distributie?

Het is erg goed dat men 's ochtends komt. Verder is het fijn dat het vrijwel altijd dezelfde mensen zijn die het komen brengen dus je bouwt bijna een band op met de koeriers. Dat is erg prettig werken.

Het meest negatief is dat onze spullen toch heel af en toe een paar dagen te laat worden geleverd. Dat is natuurlijk vervelend maar er zijn altijd omstandigheden waardoor ik er begrip voor kan opbrengen.

10. Kunt u aangeven met welke problemen u momenteel te maken heeft bij de distributie voor uw winkel?

- a) *Flexibiliteit, en zo ja leg uit*
Geen probleem.
- b) *Op tijd leveren, en zo ja leg uit*
(Reeds aan bod gekomen)
- c) *Bereikbaarheid winkel, en zo ja leg uit*
Voor mij is de bereikbaarheid prima. Wat betreft de vervoerders is dit nauwelijks een probleem, ze weten van de regelgeving in het centrum. Alleen voor de wat grotere auto's is de bereikbaarheid matig, maar die komen hier nauwelijks.
- d) *Hindering / belemmeringen bij stedelijke distributie, en zo ja leg uit*
Nee.



- e) *Kosten, en zo ja leg uit*
Dit gaat volledig buiten ons om.
- f) *Regelgeving / beperking gemeente, en zo ja leg uit*
Dat is natuurlijk een drama. Als je 's ochtends bijvoorbeeld de Mariaplaats op komt rijden, is daar nauwelijks ruimte. Het staat daar dan helemaal vast. Dat is natuurlijk niet handig. Dat is een piek, die veel te druk is. Na die periode valt het ook allemaal wel mee hoor.
- g) *Overig, namelijk:*
Nee.
- h) *Voorraad, en zo ja leg uit*
Wij hebben een beperkte voorraadruimte maar die is voor de Duif ruim voldoende. Wij werken heel veel op bestelling, van alle merken die wij leveren zijn zoveel verschillende types beschikbaar dat we ze toch lang niet allemaal op voorraad kunnen hebben.

11. Kunt u aangeven of u verwacht dat de consument momenteel last ondervindt van de distributie van uw winkel, en zo ja wat u verwacht dat de grootste problemen zijn?

Over het algemeen denk ik dat niet nee.

- a) *Binnenstad minder aantrekkelijk*
De koeriers die onze winkel komen bevoorraden werken best efficiënt en bezoeken vaak meerdere winkels in deze straat. De overlast wordt daarmee beperkt in mijn optiek. Toch zullen consumenten daar wel last van hebben, maar dat is nauwelijks te voorkomen denk ik.
- b) *Mijn winkel minder aantrekkelijk*
Niet dat ik weet.
- c) *Luchtkwaliteit*
Nee.
- d) *Bereikbaarheid*
We hebben hier vlakbij verschillende parkeerplaatsen en garages en daarnaast bezorgen wij voornamelijk ook thuis. Onze klanten hebben hier dus geen problemen mee.
- e) *Veiligheid*
Bij het afhalen kunnen er nog wel eens mensen zijn die hun auto half op de busbaan of op het fietspad zetten en dan ontstaat er nog wel eens een onveilige situatie. Maar dat ligt meer aan de personen zelf, het kan ook anders.
- f) *Overlast vrachtverkeer*
(Reeds aan bod gekomen)
- g) *Overig, namelijk:*
Nee.

Deel 4: Voorwaarden nieuwe stedelijke distributie

12. Bent u op de hoogte van de problemen met de luchtkwaliteit in Utrecht en houdt u hier met uw distributie rekening mee?

Ja daar heb ik wel van gehoord, maar of dat nou zo dramatisch is weet ik niet hoor.

13. Bent u bekend met nieuwe Utrechtse logistieke concepten als de Cargohopper, Bierboot of Binnenstadservice?

Ja, die ken ik wel hoor. De Cargohopper heeft hier ook wel bezorgd maar daar is de desbetreffende leverancier weer mee gestopt. Daar kiezen wij ook niet voor, dat gaat puur van de leverancier uit.

14. Welke van de problemen in de stedelijke distributie die u eerder aangaf, zou u het liefst veranderd zien?

Ja, daar hebben wij best onze ideeën over, maar ik denk niet dat dat de taak van een winkel in de binnenstad is. Dat moet je in mijn ogen gewoon aan de transportorganisaties overlaten.

15. Stel dat er een nieuwe vorm van stedelijke distributie wordt gerealiseerd, waaraan zou deze volgens u in ieder geval aan moeten voldoen?



- a) *Kostenbesparing voor winkelier*
(Reeds aan bod gekomen dat dit volledig bij vervoerder ligt)
- b) *Verhoging gemak voor winkelier*
Wij ervaren eigenlijk totaal geen problemen, het gaat prima. Dit hoeft wat mij betreft dus niet te verbeteren.
- c) *Verhoging gemak voor consument*
Nee hoor, die worden al zo in de watten gelegd.
- d) *Verhoging veiligheid*
Dat zou wel erg fijn zijn, dat is wel een punt.
- e) *Verruiming voorraad (vergroting vvo)*
Nee, die is ruim voldoende hier.
- f) *Beschikbaarheid (openings- of bezorgtijden & ligging)*
Nee, ik vind het op zich wel goed zo, bij een grotere spreiding over de dag moeten wij er ook vaker rekening mee houden. Nu zijn de leveringen vrij geconcentreerd in de ochtend en dat is voor ons prima.

Deel 5: GUP

- ter inleiding korte uitleg mogelijke werking GUP-concept Utrecht -

16. Wat is uw eerste indruk van dit concept?

Dat is voor deze winkel niet te doen.

- a) *Voordelen*
Alleen qua aanleveringen zie ik er wel kansen in. Dan krijgen we onze leveringen als het goed is toch meer gebundeld en dat brengt voordelen met zich mee. Wel moet alles bij binnenkomst gecontroleerd worden, dus dan zouden wij daar ook personeel moeten hebben. Dat lijkt me weer lastig.
- b) *Nadelen*
Wij hebben te maken met teveel leveranciers en teveel verschillende mogelijkheden om dit door te voeren. We kunnen bijvoorbeeld nooit een voorraad houden. We hebben te maken met 120 merken en die hebben allemaal wel minimaal 100 types. Daarom doen wij vrijwel alles op bestelling. Anders zouden wij een voorraad moeten hanteren die zo groot is als de IKEA.

17. Op welke manier zou het GUP-concept voor uw winkel geschikt kunnen zijn?

Dat is dus misschien alleen het gebundeld leveren.

18. Welke locatie voor de GUP lijkt u voor uw winkel en daarmee gepaard gaande distributie het meest geschikt?

(Niet van toepassing)

19. Zou u de exploitatie (en dus ook distributie) zelf in handen willen houden of bent u ook bereid deze (deels) uit handen te geven?

Wij hebben nu ook helemaal geen invloed op de leveranciers en distributeurs. Dus dat moet geen problemen opleveren.

20. Zou u eventueel bereid zijn hier in de toekomst verder over mee te praten?

Dat lijkt me zeker interessant.



5. Leeuwin's serviezenhuis

- **Serviezen**
- Historische binnenstad
- Oudkerkhof 19-23

- Interview met de heer van Praagh, eigenaar Leeuwin's serviezenhuis
- info@leeuwin.nl
- 04 mei 2010, 10.00 uur – 10.45 uur

Deel 1: Gegevens winkel

1. **Onder welke branche valt uw winkel en wat voor soort goederen verkoopt u?**
Onze branche heet officieel de 'gemengde branche' maar dat is natuurlijk erg breed. Maar noemen ons zelf een speciaalzaak in de gedekte tafel, geschenken en dat soort dingen.
2. **Is uw winkel onderdeel van een keten, en zo ja uit hoeveel winkels bestaat de keten?**
Wij zijn een zelfstandig bedrijf. Wel zijn we lid van een inkoopgroep waar we veel mee samen doen.
3. **Wat is de oppervlakte van uw totale winkel en hoe groot is uw voorraad / opslag?**
De oppervlakte van de winkel zelf is ongeveer 300m². Het magazijn bestaat uit een aantal losse onderdelen. Hierboven hebben we ongeveer 80m², hierachter zo'n 30m² en dan ook nog een keldertje en een garage aan de overkant van de straat.
4. **Kunt u ongeveer aangeven hoeveel bezoekers er dagelijks (werkdag & zaterdag) naar uw winkel komen en welk percentage daarvan ook wat koopt?**
Op een drukke zaterdag kunnen hier wel een paar honderd mensen komen en op een rustige doordeweekse dag gaat het om enkele tientallen bezoekers. Die kopen natuurlijk niet allemaal iets maar wij hebben wel het idee dat mensen hier relatief vaak iets kopen. We worden bezocht door mensen die echt op een bepaald product uit zijn. Woensdagmiddag is wel een voorbeeld van een dagdeel dat mensen echt alleen komen kijken, dat zijn echt dagjesmensen.
5. **Weet u of de bezoekers van uw winkel vooral uit Utrecht komen of van daarbuiten?**
Utrecht wordt natuurlijk door mensen uit heel Nederland bezocht om te winkelen. Ik denk niet dat wij een landelijke aantrekkingskracht hebben, maar zeker wel bezoekers uit heel Nederland die hier toevallig langskomen. De winkel heeft wel een regionale aantrekkingskracht, we zijn toch een speciaalzaak die je niet in elke plaats vindt. Daardoor zijn de mensen toch wel bereid om een aardige afstand af te leggen om hierheen te komen.
6. **Wat zijn de meest voorkomende goederen die verkocht worden in uw winkel?**
Dat zijn de serviezen.

Deel 2: Gegevens stedelijke distributie

7. **Hoe steekt de distributie van goederen van uw winkel in elkaar?**
 - a) *Uitvoerende partij, één of meerdere?*
Dat zijn heel veel verschillende partijen. Er zijn echt allerlei transportbedrijven die hier komen: bijvoorbeeld TNT, UPS en GLS, maar ook de wat grotere vervoersbedrijven zoals van Eck en partijen die ik niet eens ken omdat ze weer doorgestuurd worden. Het zijn overigens wel vaak dezelfde chauffeurs die hier komen.
 - b) *Regie in handen van uw winkel of vervoerder?*
Wij bepalen het in zoverre zelf dat wij kunnen zeggen dat ze alleen de spullen komen brengen als wij open zijn. In het verleden gebeurde het nog wel eens dat er spullen op maandag, als wij dicht zijn, bij de burens werden afgeleverd, maar dat willen we nu niet meer. Dat kan een keertje, maar het gebeurde gewoon structureel en dat is eigenlijk niet netjes.
 - c) *Om wat voor soort distributie gaat het (netwerk, centrale of incidentele distributie - zelf uitleggen -)?*
Veel chauffeurs doen meerdere adressen in het centrum aan, de koeriers zelfs heel veel, maar er zijn ook enkele auto's die speciaal voor onze winkel naar Utrecht komen. Die speciale zendingen komen in sommige gevallen ook uit het buitenland. De meeste distributeurs komen echter niet speciaal voor ons naar Utrecht hoor.



Conclusie, mede bepaald door overige antwoorden vraag 7: Incidentele distributie en vooral netwerk distributie.

- d) *Hoeveelheden en soort producten (oa. grote of kleine)?*
Dat varieert heel erg. Soms komt er maar één doosje van een afzender, soms meerdere dozen van één afzender, soms meerdere dozen van meerdere afzenders die tegelijk worden gebracht, soms één pallet, soms meerdere, het verschilt echt heel erg. Het is overigens wel een eis die wij stellen, dat de pallets door een grotere vrachtauto met klep worden bezorgd. Maar dat lukt helaas niet altijd en dan moeten we gaan afstapelen.
- e) *Frequentie van de distributie?*
De distributeurs komen op elke doordeweekse dag, behalve op de maandag als wij dicht zijn.
- f) *Tijdstip van de distributie?*
Buiten onze vaste openingstijden kunnen de distributeurs hun spullen hier niet kwijt, dus daar houden ze denk ik wel rekening mee. Verder komen de meeste op random tijdens gedurende de dag, sommige op een vaste tijd.
- g) *Manier van uitvoering distributie (plaats in stad, aantal personen, enz.)?*
Wij helpen met zoveel mensen als we zijn en die beschikbaar zijn mee om de spullen uit te laden en vervolgens uit te pakken. Als er een pallet binnenkomt zijn we bijvoorbeeld zo met vier man bezig. Dat is ook een beetje in ons eigen belang hoor, dan kunnen we de pallet meteen weer mee terug geven en kunnen we ook checken of er geen kapotte dingen bij de levering zitten.
- h) *Distributie altijd al ingericht op de hierboven beschreven manier?*
Ja dit gaat al heel lang op deze manier, behoudens een aantal kleine wijzigingen. Vroeger kwam bijvoorbeeld veel met van Gendt en Loos, maar die bestaan niet meer.

Deel 3: Tevredenheid stedelijke distributie

- 8. Bent u tevreden over de huidige distributie naar uw winkel en kunt u dit uitdrukken in een cijfer tussen de 0 – 10?**
Over het algemeen geef ik een 7, ik ben best tevreden.
- 9. Wat zijn volgens u de meest positieve en negatieve zaken in de huidige distributie?**
Het meest positief is dat de mensen die onze spullen vervoeren over het algemeen weten waarmee ze bezig zijn. In een enkel geval is dat helaas niet het geval en dat is dan ook meteen het meest negatieve. Bij ons worden natuurlijk voornamelijk breekbare spullen bezorgd en er is nog wel eens een chauffeur die de dozen gewoon de auto uit gooit en dat is natuurlijk niet zo handig. Daar hebben we nog wel eens behoorlijke woorden over gehad. Onze spullen zijn tijdens het vervoer overigens wel verzekerd, dus het gaat me niet eens over het geld maar het is gewoon kapitaalvernietiging natuurlijk.
- 10. Kunt u aangeven met welke problemen u momenteel te maken heeft bij de distributie voor uw winkel?**
- a) *Flexibiliteit, en zo ja leg uit*
Daar hebben wij weinig mee te maken, dat gaat over het algemeen langs ons heen dus daar zie ik geen nadeel in.
- b) *Op tijd leveren, en zo ja leg uit*
Idem als de vorige.
- c) *Bereikbaarheid winkel, en zo ja leg uit*
Een enkeling belt ons op en die vraagt waar we zitten of kan het niet vinden maar zoals ik al zei komen de meeste chauffeurs hier vaker dus dat valt allemaal wel mee hoor. We zitten natuurlijk ook net buiten het wandelgebied van de binnenstad.
- d) *Hindering / belemmeringen bij stedelijke distributie, en zo ja leg uit*
Is wel geweest maar er zijn nu een aantal laad- en losplaatsen voor vrachtwagens. Maar je weet hoe dat gaat, chauffeurs willen toch recht voor de deur staan en niet te ver lopen, dus die worden ook nauwelijks gebruikt hoor. Zolang men achter een lossende vrachtauto in de file staat waar beweging omheen is, valt het allemaal wel mee hoor. Dan begrijpen mensen het wel.



- e) *Kosten, en zo ja leg uit*
Daar hebben wij geen invloed op. Heel af en toe is er sprake van vrachtkosten maar die staan dan gewoon op de factuur.
- f) *Regelgeving / beperking gemeente, en zo ja leg uit*
Die zijn tot nu toe niet voelbaar. Dus dat is voor ons eigenlijk ook geen probleem.
- g) *Overig, namelijk:*
Nee
- h) *Voorraad, en zo ja leg uit*
Een iets grotere voorraad is natuurlijk nooit weg, maar in de ogen van onze accountant is de voorraad juist weer veel te groot. Die vraagt zich af wat we met al die ruimte moeten. De mensen willen de serviezen echter wel gelijk meenemen, terwijl we soms toch te maken hebben met levertijden van weken of zelfs maanden. Maar dat komt dan vaak niet door onze voorraad hoor, sommige serviezen zijn nu eenmaal exclusief en daar moet men dus even op wachten. Daarnaast is het wel eens een probleem dat een servies pas compleet is als het laatste onderdeel er is. Ook als van een groot servies alleen een kopje ontbreekt, is men nog niet tevreden. Maar nogmaals, dat heeft weinig met onze voorraad te maken.

11. Kunt u aangeven of u verwacht dat de consument momenteel last ondervindt van de distributie van uw winkel, en zo ja wat u verwacht dat de grootste problemen zijn?

Nee, daar kunnen de vervoerders eigenlijk heel weinig aan doen. Daarnaast weten wij ook nooit wanneer een product de auto ingaat. De leveranciers kunnen ons alles wijsmaken. Wij kopen ook wel eens wat in China, via een groot verdeelcentrum weliswaar, maar dat duurt natuurlijk lang en dan hoeft er nog maar iets te gebeuren en dan heb je te maken met aanzienlijke vertraging van de levering. Dat vindt de klant natuurlijk niet leuk, maar daar is weinig aan te doen.

Deel 4: Voorwaarden nieuwe stedelijke distributie

12. Bent u op de hoogte van de problemen met de luchtkwaliteit in Utrecht en houdt u hier met uw distributie rekening mee?

Nee daar ben ik niet van op de hoogte. Ik kom hier iedere dag en mijn vrouw is daar redelijk gevoelig voor, maar we merken er niets van.

13. Bent u bekend met nieuwe Utrechtse logistieke concepten als de Cargohopper, Bierboot of Binnenstadservice?

Ik zie wel eens zo'n 'comedy capers treintje' rijden, dat zal wel de Cargohopper zijn en de Bierboot heb ik wel eens zien varen. De mensen van de Binnenstadservice zijn hier enkele jaren geleden komen praten met de vraag of wij mee wilde doen. Daar hebben we uiteindelijk toch vanaf gezien omdat er voor ons teveel nadelen aan zaten. Dat heeft dan vooral te maken met verantwoordelijkheid. Als de spullen via een tussenstop naar de winkel komen, vraag ik me af tot welke stap wie dan precies verantwoordelijk is. Daarnaast vraag ik me ook af hoe het precies zit met de verzekering van een dergelijk verzamelpunt, stel er ontstaat een grote brand, wie betaald de schade dan?

14. Welke van de problemen in de stedelijke distributie die u eerder aangaf, zou u het liefst veranderd zien?

Ik ben wel gevoelig voor het terugdringen van de bewegingen in de binnenstad. Ik denk dat je dat het best kunt bereiken door de spullen ergens buiten de binnenstad te verzamelen en ze vervolgens gebundeld de stad in te brengen. Dan heb je niet langer alle verschillende vervoerders in de binnenstad, daar ben ik groot voorstander van. Niet zozeer dan vanwege de luchtkwaliteit want zolang de gemeente de luchtkwaliteit vaststelt en vervolgens niet zorgt dat men op de snelste manier van a naar b kan komen in de stad hebben dit soort maatregelen toch geen zin. Nu moet men de hele stad rondrijden en alle stoplichten staan dan ook nog eens 5 minuten op rood, dat is echt niet bevorderlijk voor een goede luchtkwaliteit hoor. Je krijgt mensen toch de auto niet uit en de luchtkwaliteit wordt alleen maar slechter. Dat is een vicieuze cirkel waar de gemeente maar in blijft hangen. Daarbij staat het hier nog steeds altijd vol geparkeerd in de binnenstad, terwijl het inmiddels meer dan 4 euro per uur kost.

15. Stel dat er een nieuwe vorm van stedelijke distributie wordt gerealiseerd, waaraan zou deze volgens u in ieder geval aan moeten voldoen?

- a) *Kostenbesparing voor winkelier*
Zoals ik al aangaf, hebben wij nauwelijks invloed op de kosten.



- b) *Verhoging gemak voor winkelier*
Wat meer regelmaat in de leveringen zou toch wel fijn zijn. Dit zou dus kunnen door het meer gebundeld leveren. Bijkomend voordeel daarvan is dat dit goed is voor het milieu.
- c) *Verhoging gemak voor consument*
Nee
- d) *Verhoging veiligheid*
Nee
- e) *Verruiming voorraad (vergroting vvo)*
Nee, dat is helemaal niet wenselijk voor ons.
- f) *Beschikbaarheid (openings- of bezorgtijden & ligging)*
Wij hebben momenteel geen last van beperkingen in de tijd die nu beschikbaar is. De tijd is nu ruim voldoende voor ons. Daarnaast is het noodzakelijk dat wij zelf onze spullen blijven uitpakken, of daar zijn we in ieder geval graag bij. Van alles wat door onze eigen handen gaat, weten we dat het goed is of niet. Als de tijden verruimd zouden worden, zullen toch ook andere mensen onze vracht aan moeten gaan nemen en dat lijkt me dus niet handig.

Deel 5: GUP

- ter inleiding korte uitleg mogelijke werking GUP-concept Utrecht -

16. Wat is uw eerste indruk van dit concept?

Daar kan ik me wat ons betreft helemaal niets bij voorstellen. Dit komt bij mij over als een wat verder uit elkaar getrokken Kijkshop-systeem.

- a) *Voordelen*
Over het gebundeld leveren richting deze winkel hebben we dus best al wel wat ideeën gehad en zelfs gesprekken over gevoerd. Maar het is ook niet zo dat wij daar pioniers in willen zijn. Het maakt mij in principe natuurlijk niet uit wie hier de spullen voor de deur brengt, maar een tijdelijke opslagfunctie lijkt me natuurlijk best handig. Nu kunnen we spullen die we even niet kwijt kunnen niet gaan weigeren als ze op de stoep gezet worden. Op een dergelijk punt zouden we dat soort spullen misschien ook tijdelijk op kunnen slaan, dat zou handig kunnen zijn. Op die manier zou er wellicht een opening zijn, wat betreft het afhalen voor de consumenten lijkt mij dat onvoorstelbaar.
- b) *Nadelen*
Onze producten worden behoorlijk met een vergrootglas bekeken. Er gaat hier bijvoorbeeld geen servies of glas de deur uit, voordat het helemaal gecontroleerd is. Nu kunt u zich misschien wel voorstellen dat dit voor ons een routinewerk is, maar voor het personeel van een distributiecentrum, dat ook auto-onderdelen moeten inpakken, erg lastig kan zijn. Het wordt er voor de klant op deze manier dus ook minder betrouwbaar op om bij ons iets te kopen. Daarnaast hebben wij serviezen die in 22 verschillende kleuren te verkrijgen zijn. Die kunnen wij natuurlijk wel uit elkaar houden omdat we erin gespecialiseerd zijn. Ik kan me echter niet voorstellen dat de medewerkers van het distributiecentrum dat zo gemakkelijk zouden kunnen leren. Het is daarbij ook nog eens zo dat wij bijna wekelijks wel iets thuisbezorgen, dat is voor de klant natuurlijk ook heel gemakkelijk.

Ik denk dat een dergelijk punt voor ons nauwelijks haalbaar zou zijn.

17. Op welke manier zou het GUP-concept voor uw winkel geschikt kunnen zijn?

(Reeds aan bod gekomen)

18. Welke locatie voor de GUP lijkt u voor uw winkel en daarmee gepaard gaande distributie het meest geschikt?

(niet van toepassing)

19. Zou u de exploitatie (en dus ook distributie) zelf in handen willen houden of bent u ook bereid deze (deels) uit handen te geven?

(Reeds aan bod gekomen in vraag 13)

20. Zou u eventueel bereid zijn hier in de toekomst verder over mee te praten?

Ik vind het leuk om op de hoogte te blijven.



6. Lundia

- **Inrichting & meubels**
- Historische binnenstad
- Nobelstraat 47

- Interview met de heer Carree, bedrijfsleider Lundia Utrecht
- Utrecht@lundia.nl
- 14 april 2010, 16.00 uur – 16.30 uur

Deel 1: Gegevens winkel

1. **Onder welke branche valt uw winkel en wat voor soort goederen verkoopt u?**
Lundia is een winkel die valt onder de branche 'inrichting van het huis', zeg maar de woningbranche en wij verkopen vooral kasten en kastdelen.
2. **Is uw winkel onderdeel van een keten, en zo ja uit hoeveel winkels bestaat de keten?**
Lundia heeft in Nederland 14 vestigingen.
3. **Wat is de oppervlakte van uw totale winkel en hoe groot is uw voorraad / opslag?**
De winkelruimte is ongeveer 200m² en de magazijnruimte is iets kleiner, ongeveer 150m².
4. **Kunt u ongeveer aangeven hoeveel bezoekers er dagelijks (werkdag & zaterdag) naar uw winkel komen en welk percentage daarvan ook wat koopt?**
Op een zaterdag hebben wij gemiddeld zo'n 300 bezoekers en daarvan kopen dan zo'n 30 bezoekers iets. Op de doordeweekse dagen is wel aanmerkelijk rustiger hoor.
5. **Weet u of de bezoekers van uw winkel vooral uit Utrecht komen of van daarbuiten?**
Veel bezoekers komen toch uit Utrecht zelf, maar Lundia heeft ook een regionale functie. En door de centrale ligging van Utrecht komen er ook wel mensen van buiten de regio.
6. **Wat zijn de meest voorkomende goederen die verkocht worden in uw winkel?**
Dat zijn natuurlijk kasten. Maar we hebben ook kastsystemen die uit losse onderdelen bestaan. We verkopen ook veel van die losse onderdelen. Dat zijn juist de goederen die veel uit voorraad worden gekocht hier.

Deel 2: Gegevens stedelijke distributie

7. **Hoe steekt de distributie van goederen van uw winkel in elkaar?**
 - a) *Uitvoerende partij, één of meerdere?*
In principe één, we hebben namelijk eigen distributie en we worden één keer per bevoorraad.
 - b) *Regie in handen van uw winkel of vervoerder?*
Omdat het onze eigen distributie is, bepalen wij alles zelf.
 - c) *Om wat voor soort distributie gaat het (netwerk, centrale of incidentele distributie - zelf uitleggen -)?*
De chauffeur maakt een rondje langs Lundia winkels in een deel van Nederland.

Conclusie, mede bepaald door overige antwoorden vraag 7: Centrale distributie
 - d) *Hoeveelheden en soort producten (oa. grote of kleine)?*
Het gaat altijd om kasten en kast- onderdelen. De hoeveelheid verschilt erg van week tot week
 - e) *Frequentie van de distributie?*
(Reeds aan bod gekomen: één keer per week)
 - f) *Tijdstip van de distributie?*
Vrijdag is de vaste dag waarop wij bevoorraad worden, maar er is geen vast tijdstip op vrijdag. Dat is afhankelijk van de route.
 - g) *Manier van uitvoering distributie (plaats in stad, aantal personen, enz.)?*



We hebben hier voor de deur een laad- en losstrook dus dat is makkelijk. Het laden en lossen doen we altijd met de chauffeur en het winkelpersoneel, dat zijn over het algemeen 3 mensen.

- h) *Distributie altijd al ingericht op de hierboven beschreven manier?*
Het gaat hier al jaren op dezelfde manier, ook omdat we dus onze eigen distributie hebben.

Deel 3: Tevredenheid stedelijke distributie

8. Bent u tevreden over de huidige distributie naar uw winkel en kunt u dit uitdrukken in een cijfer tussen de 0 – 10?

Ik ben best tevreden dus geef ik een 8.

9. Wat zijn volgens u de meest positieve en negatieve zaken in de huidige distributie?

Het meest positief is dat we hier nog de mogelijkheid hebben om voor de deur te laden en te lossen. Dat is toch vrij uniek aan de rand van het centrum. Negatief is dat er dan nog altijd mensen zijn die vinden dat je dan nog moeilijk bereikbaar bent. Dat ligt aan de verkeerssituatie van de stad en de locatie zo in het centrum. Het gaat dan niet eens om de chauffeurs van de distributie, want die kennen de route wel, maar meer om klanten die hier iets komen ophalen. We hebben namelijk ook een afhaalpunt hier direct naast de winkel aan de Nobelstraat.

Wat wel een puntje is, maar dat ligt meer aan onze eigen organisatie, is dat ik vind dat we wel eens wat flexibeler kunnen zijn in de bevoorrading. Dit kan ook zeker voor klanten positief uitwerken want die zullen minder snel teleurgesteld worden.

10. Kunt u aangeven met welke problemen u momenteel te maken heeft bij de distributie voor uw winkel?

- a) *Flexibiliteit, en zo ja leg uit*
(Reeds aan bod gekomen)
- b) *Op tijd leveren, en zo ja leg uit*
Omdat we hier een vaste dag hebben waarop onze goederen worden geleverd weten we wat we kunnen verwachten en zijn hier dus geen problemen mee. Het tijdstip staat niet vast, maar de vracht komt altijd op vrijdag.
- c) *Bereikbaarheid winkel, en zo ja leg uit*
(Reeds aan bod gekomen)
- d) *Hindering / belemmeringen bij stedelijke distributie, en zo ja leg uit*
Voor Lundia niet
- e) *Kosten, en zo ja leg uit*
De distributie is volledig in eigen beheer, dus niet van toepassing. We bepalen de kosten zelf.
- f) *Regelgeving / beperking gemeente, en zo ja leg uit*
Wij hebben daar niet echt last van. Het enige is dat wij soms wel bevoorraden met grote vrachtwagens en er zijn dus wel gebieden in het centrum waar beperkingen zijn met het gewicht van de auto's. Daar moeten we dan wel rekening mee houden.
- g) *Overig, namelijk:*
Nee
- h) *Voorraad, en zo ja leg uit*
Wij hebben een grote voorraadruimte, dat is ruim voldoende. Ons afhaalpunt zit ook bij deze voorraadruimte. Het is niet nodig om deze kleiner te maken want wij hebben voldoende winkelruimte hier.

11. Kunt u aangeven of u verwacht dat de consument momenteel last ondervindt van de distributie van uw winkel, en zo ja wat u verwacht dat de grootste problemen zijn?

Nee, dat denk ik eigenlijk niet, op vrijwel geen van de punten die je noemt. Alleen wat betreft de veiligheid bij het afhalen kunnen er nog wel eens mensen zijn die hun auto half op de busbaan of op het fietspad zetten en dan ontstaat er nog wel eens een onveilige situatie. Maar dat ligt meer aan de personen zelf, het kan ook anders.



Deel 4: Voorwaarden nieuwe stedelijke distributie

12. Bent u op de hoogte van de problemen met de luchtkwaliteit in Utrecht en houdt u hier met uw distributie rekening mee?

Op de hoogte is een groot woord, ik heb er wel van gehoord.

13. Bent u bekend met nieuwe Utrechtse logistieke concepten als de Cargohopper, Bierboot of Binnenstadservice?

De Cargohopper zie ik regelmatig rijden en de Bierboot zie ik regelmatig varen. De Binnenstadservice ken ik daarentegen niet.

14. Welke van de problemen in de stedelijke distributie die u eerder aangaf, zou u het liefst veranderd zien?

Uit onderzoeken uit het verleden is toch gebleken dat de luchtkwaliteit nu toch wel dusdanig slecht is, dat daar wat moet worden gedaan. Al denk ik dat dat toch ook vooral door het openbaar vervoer komt en dan met name de bussen. Voor onze winkel zelf zou de verkeerssituatie in de stad wel iets gunstiger kunnen, zodat de bereikbaarheid wat verbeterd. Maar dat ligt ook aan de kennis van de mensen zelf hoor. Vanaf de oostzijde zijn wij bijvoorbeeld heel goed bereikbaar maar dat moet je wel weten. Vanaf de andere kant is Lundia heel lastig te bereiken. De chauffeurs van Lundia weten dat natuurlijk wel, maar veel consumenten die komen afhalen hier niet.

15. Stel dat er een nieuwe vorm van stedelijke distributie wordt gerealiseerd, waaraan zou deze volgens u in ieder geval aan moeten voldoen?

- a) *Kostenbesparing voor winkelier*
Zou absoluut niet de kosten moeten verhogen in ieder geval.
- b) *Verhoging gemak voor winkelier*
Ik denk dat ik het volgende punt belangrijker vindt, het gemak voor de klanten. Een hogere servicegraad naar de klant zou wel wenselijk zijn. Voor de winkelier maakt dat niet uit, het gaat tenslotte om de klant.
- c) *Verhoging gemak voor consument*
(Reeds aan bod gekomen)
- d) *Verhoging veiligheid*
Altijd meegenomen, zeker met de combinatie busbaan, fietspad, voetpad, laad- en losplek en afhaalpunt hier.
- e) *Verruiming voorraad (vergroting vvo)*
Dat is niet relevant voor ons
- f) *Beschikbaarheid (openings- of bezorgtijden & ligging)*
Dit kan verbeteren, maar dan wel in het oogpunt van de klant. Voor ons is dit niet zo heel belangrijk, als de klant er maar profijt van heeft.

Deel 5: GUP

- ter inleiding korte uitleg mogelijke werking GUP-concept Utrecht -

16. Wat is uw eerste indruk van dit concept?

Dit klinkt als een heel mooi idee. Ik zie hier voor ons ook wel mogelijkheden in hoor.

- a) *Voordelen*
Wij bestellen namelijk ook regelmatig onderdelen voor onze klanten. Die onderdelen hebben we dus niet op voorraad maar laten we wel hier naar toe komen. Vervolgens worden ze dan door onze klanten afgehaald. Het zou dus heel mooi zijn om die bestellingen daar te plaatsen zodat ze daar ook afgehaald kunnen worden. Dat scheelt weer een hoor gedoe hier in de binnenstad.
- b) *Nadelen*
Niet echt nee. Alleen wil je als winkel natuurlijk wel alle klanten echt fysiek in de winkel hebben. Als de enige reden is, dat ze daar iets kunnen ophalen of meenemen en die reden



zou weg vallen, zou dat vervolgens kunnen leiden tot een daling in het winkelbezoek en dat is niet wat wij willen. Dat is toch wel een nadeel.

17. **Op welke manier zou het GUP-concept voor uw winkel geschikt kunnen zijn?**
(Reeds aan bod gekomen)
18. **Welke locatie voor de GUP lijkt u voor uw winkel en daarmee gepaard gaande distributie het meest geschikt?**
Het moet een locatie zijn die vanaf de rondweg goed bereikbaar is. Ik denk bijvoorbeeld dat P+R-terrein Westraven een goede locatie zou kunnen zijn.
19. **Zou u de exploitatie (en dus ook distributie) zelf in handen willen houden of bent u ook bereid deze (deels) uit handen te geven?**
Het zou best mogelijk zijn om zaken wat meer uit handen te geven dan nu bij Lundia gebruikelijk is hoor.
20. **Zou u eventueel bereid zijn hier in de toekomst verder over mee te praten?**
Tuurlijk, prima.

7. Mycom

- **Computer**
- Historische binnenstad
- Sint Jacobsstraat 121-123

- Interview met de heer Huijting, bedrijfsleider Mycom Utrecht
- R.huijting@mycom.nl
- 15 april 2010, 13.30 uur – 14.00 uur

Deel 1: Gegevens winkel

1. **Onder welke branche valt uw winkel en wat voor soort goederen verkoopt u?**
Behalve een computerwinkel leveren wij tegenwoordig ook voor Megapool. Daarom verkopen wij dus ook wasmachines en vaatwasmachines. We zijn echter alleen een afhaalpunt voor deze winkel, we hebben er verder weinig mee te maken behalve dat we er een leuk zakcentje voor krijgen.
2. **Is uw winkel onderdeel van een keten, en zo ja uit hoeveel winkels bestaat de keten?**
Mycom is een keten met 23 vestigingen in Nederland.
3. **Wat is de oppervlakte van uw totale winkel en hoe groot is uw voorraad / opslag?**
De winkelruimte is zo rond de 450m² en dat is inclusief de magazijnruimte. Die opslagruimte beslaat iets minder dan de helft van de winkelruimte: ruim 200m².
4. **Kunt u ongeveer aangeven hoeveel bezoekers er dagelijks (werkdag & zaterdag) naar uw winkel komen en welk percentage daarvan ook wat koopt?**
Per dag kopen gemiddeld 120 mensen hier iets. Op zaterdag hebben wij een piek van gemiddeld 300 kopende bezoekers. Het totaal aantal bezoekers in een veelvoud hiervan.
5. **Weet u of de bezoekers van uw winkel vooral uit Utrecht komen of van daarbuiten?**
De bezoekers komen voornamelijk uit Utrecht of de regio Utrecht. Uit de rest van het land hebben wij nauwelijks klanten omdat er natuurlijk 23 vestigingen zijn.
6. **Wat zijn de meest voorkomende goederen die verkocht worden in uw winkel?**
Computers en laptops.

Deel 2: Gegevens stedelijke distributie

7. **Hoe steekt de distributie van goederen van uw winkel in elkaar?**
 - a) *Uitvoerende partij, één of meerdere?*
Eigenlijk zijn er twee partijen: eentje die de distributie voor Megapool verzorgt en eentje die de distributie voor Mycom verzorgt.
 - b) *Regie in handen van uw winkel of vervoerder?*



Deze distributie wordt in beide gevallen helemaal uit handen gegeven. Vos Logistics doet de distributie voor de Megapool. De andere partij, dus voor de Mycom zelf, is Vlug dat weer ingehuurd wordt door TNT.

- c) *Om wat voor soort distributie gaat het (netwerk, centrale of incidentele distributie - zelf uitleggen -)?*

De grotere auto's mogen hier de binnenstad niet in, de kleinere busjes wel. De TNT doet dan ook meerdere adressen aan in het centrum, die hebben er volgens mij wel 50. De Vos daarentegen niet, die komt echt alleen voor de Megapool hierheen.

Conclusie, mede bepaald door overige antwoorden vraag 7: Netwerk- en incidentele distributie.

- d) *Hoeveelheden en soort producten (oa. grote of kleine)?*

Het gaat bij ons altijd om pallets. Gemiddeld krijgen we voor Mycom per levering twee pallets. Mycom levert drie dagen per week op pallets en ze leveren iedere dag ook nog in dozen via de kleine TNT dienst. De Megapool levert drie dagen per week en zit meestal tussen de 2 en 6 pallets per levering.

- e) *Frequentie van de distributie?*

Deze winkel wordt vijf dagen per week bevoorrad. De distributie is wel maar één keer per dag. Het kan echter wel dat Mycom en Megapool allebei op dezelfde dag leveren, dan zijn het er dus twee. De precieze frequentie is hierboven al aan bod gekomen.

- f) *Tijdstip van de distributie?*

Het tijdstip staat absoluut niet vast. Soms staan we al voor 8 uur in de ochtend hier omdat er waarschijnlijk eentje komt, maar die kan ook gerust pas om half 6 komen.

- g) *Manier van uitvoering distributie (plaats in stad, aantal personen, enz.)?*

Als er pallets geleverd worden gaat het altijd om een grote vrachtauto en de kleine TNT dienst komt met bestelbusjes. De vrachtauto's kunnen hiernaast op de laad- en losstrook parkeren, wat dat betreft zitten we hier net buiten het centrum erg gunstig.

De leveringen komen gewoon door de voordeur naar binnen, door de winkel heen naar het magazijn hierachter. De chauffeurs weten dat ze dit eigenlijk zelf horen te doen maar wij hebben ook een eigen pompwagen en we helpen wel vaak mee.

Er komen trouwens ook heel veel mensen hun goederen hier afhalen bij de winkel, zeker omdat we nu ook fungeren als afhaalpunt voor de Megapool.

- h) *Distributie altijd al ingericht op de hierboven beschreven manier?*

Deze manier van distributie gaat al tijden zo.

Deel 3: Tevredenheid stedelijke distributie

8. **Bent u tevreden over de huidige distributie naar uw winkel en kunt u dit uitdrukken in een cijfer tussen de 0 – 10?**

Ik geef een 8, ik heb er geen problemen mee. Alleen de tijd zou ik wel graag zelf willen bepalen.

9. **Wat zijn volgens u de meest positieve en negatieve zaken in de huidige distributie?**

Het meest positief is dat we inmiddels vaste chauffeurs hebben die weten hoe wij werken en wij weten inmiddels ook hoe zij werken. Daar kun je dus echt van op aan. Een belangrijk voordeel hiervan is bijvoorbeeld dat die chauffeurs mijn telefoonnummer hebben en als ze besluiten vroeg te komen, hoeven ze mij slechts te bellen en dan kom ik ook vroeg.

Het meest negatief zijn de onregelmatige tijden. Zij zijn vaak niet flexibel. Dat komt dan weer door de manier waarop zij worden ingedeeld maar ook door de verkeerssituaties en beperkingen.

10. **Kunt u aangeven met welke problemen u momenteel te maken heeft bij de distributie voor uw winkel?**

- a) *Flexibiliteit, en zo ja leg uit*

Dat is dus vervelend omdat ik afhankelijk van de distributeurs ben. Voor ons is het handig als we de nieuwe voorraad binnen hebben voordat de winkel open is, maar dat kan dus lang niet altijd.



- b) *Op tijd leveren, en zo ja leg uit*
Geen problemen; ze moeten voor zessen hier zijn en dat zijn ze altijd.
- c) *Bereikbaarheid winkel, en zo ja leg uit*
Ondanks onze locatie in de directe nabijheid van de binnenstad is de bereikbaarheid goed.
- d) *Hindering / belemmeringen bij stedelijke distributie, en zo ja leg uit*
Daar hebben wij niet echt last van.
- e) *Kosten, en zo ja leg uit*
Ik heb werkelijk geen idee. Ik weet wel dat dit soort zaken eigenlijk altijd te duur zijn.
- f) *Regelgeving / beperking gemeente, en zo ja leg uit*
Ik weet dat er eigenlijk milieuvriendelijke vrachtauto's moeten rijden in Utrecht, maar die regels zijn volgens mij inmiddels alweer opgeschort. Verder hebben wij daar niet zozeer mee te maken, eerder de vervoerders.
- g) *Overig, namelijk:*
Nee
- h) *Voorraad, en zo ja leg uit*
Zowel de winkelruimte als de voorraadruimte zijn ruim voldoende. Liever heb ik zelfs een kleinere opslag want bijna al onze voorraad staat in de winkel. We zijn ook druk doende om onze winkel te laten splitsen door een andere partij te vinden die de helft van onze winkel wil overnemen. Want onze winkel is eigenlijk ook veel te groot: onoverzichtelijk en diefstalgevoelig.

11. Kunt u aangeven of u verwacht dat de consument momenteel last ondervindt van de distributie van uw winkel, en zo ja wat u verwacht dat de grootste problemen zijn?

Nee, eigenlijk niet, dat kan ik me niet voorstellen. Misschien dat klanten zo nu en dan een stapje opzij moeten zetten omdat er een palletwagen langs komt, maar dat is echt de moeite niet. Verder komt het natuurlijk wel eens voor dat er een bepaald product niet op voorraad is, maar dat komt dan niet door de distributie. Er is dan gewoon een tekort, bijvoorbeeld al bij de producent.

Deel 4: Voorwaarden nieuwe stedelijke distributie

12. Bent u op de hoogte van de problemen met de luchtkwaliteit in Utrecht en houdt u hier met uw distributie rekening mee?

Ja, daar ben ik van op de hoogte. Ik irriteer me ook erg aan mensen als Kees van Oosten. Dat soort mensen doet er echt alles aan om alles tegen te houden. Misschien is het terecht dat hij wijst op de slechte luchtkwaliteit, maar hij vergeet dat we eerst even door de zure appel heen zullen moeten bijten om straks de lekkere vruchten te kunnen eten: door een mooie binnenstad te hebben, door meer mensen te trekken en door de Utrecht echt weer aantrekkelijk te maken. We waren ooit met bijvoorbeeld Hoog Catharijne hypermodern, maar daar moet nu echt wat aan gedaan worden en dat zal niet altijd even goed zijn voor de luchtkwaliteit. Later plukken we daar dan wel weer de vruchten van en kunnen we ook dat soort problemen aanpakken.

13. Bent u bekend met nieuwe Utrechtse logistieke concepten als de Cargohopper, Bierboot of Binnenstadservice?

Ja daar ben ik bekend mee. Ik ben blij dat ze nu een boot hebben want ik heb vroeger nog op een drankenwagen gewerkt en het was geen pretje om alles omlaag en weer omhoog te slepen met die werkeladers. De Cargohopper zie ik hier heel regelmatig langsrijden en vind ik een mooi concept. Wat mijn nadeel echt zou zijn, is dat er geen pallets op kunnen en dat is voor ons juist zo handig. Er staan bij ons vaak meer dan 150 collies op een pallet en het zou dus enorm veel extra mankracht kosten als we al die collies los zouden moeten gaan in- en uitladen. Nu zitten ze mooi geseald op een pallet. De voordelen dat het milieuvriendelijker en meer gebundeld is, zie ik ook wel hoor. De Binnenstadservice ken ik niet.

14. Welke van de problemen in de stedelijke distributie die u eerder aangaf, zou u het liefst veranderd zien?

Er is heel lang geleden gesproken over een ondergronds stelsel, waarbij pallets ondergronds verstuurd konden worden. Wat zou het mooi zijn als al onze pallets aan de rand van Utrecht kunnen worden neergezet en we hebben hiernaast een heel mooi pleintje, ook direct in de buurt van andere grote winkels als de C&A en de Bijenkorf., waar de pallets afgezet kunnen worden. Dit zou enorm



flexibel zijn, één druk op de knop en de pallet die je nodig hebt, komt richting de binnenstad. Dat zou geweldig zijn, al is de aanleg natuurlijk complex en zeker ook niet goed voor de luchtkwaliteit.

15. Stel dat er een nieuwe vorm van stedelijke distributie wordt gerealiseerd, waaraan zou deze volgens u in ieder geval aan moeten voldoen?

- a) *Kostenbesparing voor winkelier*
Weet ik niet genoeg vanaf om een goed antwoord op te kunnen geven maar zou natuurlijk nooit nadelig zijn.
- b) *Verhoging gemak voor winkelier*
Ja dat zeker, zoals ik eerder zei zou ik graag een flexibelere distributie zien voor Mycom. Vanmorgen stonden we bijvoorbeeld maar met z'n drieën in de winkel en dan hebben we eigenlijk geen ruimte voor het ontvangen van de levering.
- c) *Verhoging gemak voor consument*
Niet van toepassing voor Mycom.
- d) *Verhoging veiligheid*
Niet van toepassing voor Mycom.
- e) *Verruiming voorraad (vergroting vvo)*
Niet van toepassing voor Mycom.
- f) *Beschikbaarheid (openings- of bezorgtijden & ligging)*
(Reeds aan bod gekomen)

Deel 5: GUP

- ter inleiding korte uitleg mogelijke werking GUP-concept Utrecht -

16. Wat is uw eerste indruk van dit concept?

Dit klinkt hartstikke leuk. Je hoeft in de stad alleen nog maar een showroomachtig iets te hebben en alle andere zaken verhuis je dan gewoon naar een dergelijk punt.

- a) *Voordelen*
We hebben dan geen gezeur met mensen die hier iets komen afhalen en even voor de deur parkeren of op het laad- en lospleintje hiernaast en vervolgens een bekeuring krijgen. Dat mag namelijk eigenlijk niet, maar mensen doen het natuurlijk wel als ze hun computer of zelfs wasmachine komen afhalen. Anders moeten ze hun goederen helemaal naar de parkeergarage slepen.
- b) *Nadelen*
Ik zie diverse nadelen. De eerste is veiligheid. Wij verkopen veel producten die niet zo groot hoeven te zijn, maar wel een paar honderd euro kosten. Ik vraag me dan af wie dergelijke producten daar gaat beheren, het moet wel veilig zijn.

Daarnaast bouwen wij 'build to costume' machines. Dat zijn computers die precies op maat van de klant worden gemaakt. Als de klant wat aanpassingen aan de nieuwe computer wil, doen wij dat achter even, of het nu met hardware of software te maken heeft. Dat kan ik op een dergelijk uitgiftepunt niet doen, dat moet echt hier gebeuren. Stel een klant wil heel simpel een office-pakket laten installeren op de nieuwe computer. Dan moet ik de computer eerst van het afhaalpunt laten komen en dan weer terugsturen, dat is natuurlijk niet handig.

Het dilemma zit er verder nog in het feit: wat ga je hier nog opslaan en wat op het uitgiftepunt. Stel een consument komt een computer kopen maar twijfelt tussen een laptop en een computer. Een laptop neem je zo mee, dus die voorraad zal hier wel blijven, de computer is echter op het uitgiftepunt. Dat gaat natuurlijk lastig worden.

Het concept zou voor dus deels handig kunnen zijn en deels helemaal niet. Voor de computers gaat het niet werken, mede door de redenen die ik je net gaf, maar voor bijvoorbeeld de wasmachines en dergelijke van de Megapool zie ik veel kansen. Zeker omdat wij hier eigenlijk ook slechts een uitgiftepunt zijn. Het zal nog jaren gaan duren voor iets dergelijks van de grond komt denk ik. Consumenten moeten het namelijk ook nog willen. Het overstappen van auto naar een oncomfortabele bus is namelijk niet aantrekkelijk. Als de



bus net weg is, moet je weer een half uur wachten en dat trekt consumenten absoluut niet aan.

17. Op welke manier zou het GUP-concept voor uw winkel geschikt kunnen zijn?
(Reeds aan bod gekomen)

18. Welke locatie voor de GUP lijkt u voor uw winkel en daarmee gepaard gaande distributie het meest geschikt?

Het probleem is natuurlijk dat alle wegen rond Utrecht al aardig dichtgeslibd zijn tegenwoordig. Dus het is lastig om een locatie te bedenken die voor iedereen nog goed en snel te bereiken is. Het kost tegenwoordig zo veel tijd om van de ene kant van Utrecht naar de andere kant te reizen. Je zou dus meerdere uitgiftepunten in de stad moeten hebben, wil het gaan werken. Dat is dan weer een reden, zoals ik denk, dat het concept een mindere kans van slagen heeft. Om iedereen tevreden te houden, heb je mijns inziens wel drie of vier punten rond de stad nodig. Het maakt het allemaal nog ingewikkelder.

Als ik toch één locatie zou moeten kiezen, lijkt mij industrieterrein Lage-Weide aan de A2 wel een goede locatie.

19. Zou u de exploitatie (en dus ook distributie) zelf in handen willen houden of bent u ook bereid deze (deels) uit handen te geven?

Ik zou daar geen moeite mee hebben, maar ik weet niet of het realistisch is. Dat komt dan ook omdat wij een eigen distributiecentrum hebben en wij kopen 100 procent daar in.

20. Zou u eventueel bereid zijn hier in de toekomst verder over mee te praten?

Ja dan kan hoor, praten kan altijd.

8. Riviera Maison

- **Inrichting & meubels**
- Historische binnenstad
- Oudegracht 144

- Interview met mevrouw van de Kooy, tot 1 juni bedrijfsleider Riviera Maison Utrecht
- roosvandekooy@msn.com
- 04 mei 2010, 14.00 uur – 14.30 uur

Deel 1: Gegevens winkel

1. Onder welke branche valt uw winkel en wat voor soort goederen verkoopt u?

Wij verkopen meubels en accessoires, allemaal voor de inrichting van het huis.

2. Is uw winkel onderdeel van een keten, en zo ja uit hoeveel winkels bestaat de keten?

Deze winkel is onderdeel van keten, waarvan enkele winkels als franchise onderneming opereren. Deze vestiging is zo'n franchise onderneming. Er zijn volgens mij elf eigen winkels in Nederland, maar wij zitten ook in het buitenland. Daarnaast zijn er nog een heleboel dealers en premium dealers waar ons merk verkocht wordt.

3. Wat is de oppervlakte van uw totale winkel en hoe groot is uw voorraad / opslag?

Ik weet niet precies hoe groot de oppervlakte van de winkel is. We hebben een voorraad van ongeveer 30m².

4. Kunt u ongeveer aangeven hoeveel bezoekers er dagelijks (werkdag & zaterdag) naar uw winkel komen en welk percentage daarvan ook wat koopt?

Op een drukke zaterdag komen hier wel 1000 mensen over de vloer, maar op een rustige doordeweekse dag blijft dat aantal onder de 200. Het aantal kopende bezoekers is ongeveer de helft denk ik. Je hebt hier natuurlijk heel veel toeristen en dagjes mensen die even rond komen kijken.

5. Weet u of de bezoekers van uw winkel vooral uit Utrecht komen of van daarbuiten?

De bezoekers komen door de centrale locatie op de Oudegracht natuurlijk overal vandaan. De mensen die specifiek voor deze winkel naar de binnenstad komen, wonen toch wel in Utrecht of de directe omgeving. Enkele vaste klanten komen misschien van iets verder weg.

6. Wat zijn de meest voorkomende goederen die verkocht worden in uw winkel?

Dat zijn de accessoires. De meubels zijn toch een soort bijverkoop.



Deel 2: Gegevens stedelijke distributie

7. Hoe steekt de distributie van goederen van uw winkel in elkaar?

- a) *Uitvoerende partij, één of meerdere?*
Er zijn twee partijen die hier de spullen komen brengen: Gorter en Europa Runner. Die worden ingehuurd door het hoofdkantoor en brengen alle spullen hierheen.
- b) *Regie in handen van uw winkel of vervoerder?*
Het hoofdkantoor bepaald wanneer de spullen hierheen komen. De regie ligt dus bij het hoofdkantoor.
- c) *Om wat voor soort distributie gaat het (netwerk, centrale of incidentele distributie - zelf uitleggen -)?*
De chauffeur gaat meestal ook andere winkels hier in de stad af.

Conclusie, mede bepaald door overige antwoorden vraag 7: Netwerk distributie
- d) *Hoeveelheden en soort producten (oa. grote of kleine)?*
Dat is erg afhankelijk van de bestelling, maar het gaat meestal wel om één of meerdere pallets.
- e) *Frequentie van de distributie?*
Er komt hier één keer per week een levering van Gorter of Europa Runner.
- f) *Tijdstip van de distributie?*
De levering komt altijd op dinsdagochtend voor 11 uur.
- g) *Manier van uitvoering distributie (plaats in stad, aantal personen, enz.)?*
Toevallig was het vanmorgen een grote vrachtauto. Dan zet de chauffeur de auto hierachter op de Neude en helpen we allemaal met sjuwen. Vaak gaat dat ook wel met een palletwagen hoor. Meestal is het trouwens een bestelbusje en die kunnen tot 11 uur hier voor de deur komen.
- h) *Distributie altijd al ingericht op de hierboven beschreven manier?*
Ja, het gaat al tijden op dezelfde manier.

Deel 3: Tevredenheid stedelijke distributie

8. Bent u tevreden over de huidige distributie naar uw winkel en kunt u dit uitdrukken in een cijfer tussen de 0 – 10?

Omdat de chauffeur recent tot twee keer toe mijn luifel eruit gereden heeft zou nu eigenlijk een 3 moeten zeggen, maar ik geef een 7. Ik ben tevreden.

9. Wat zijn volgens u de meest positieve en negatieve zaken in de huidige distributie?

Het meest negatieve is dat ze met de grotere auto's dus niet hier direct voor de deur kunnen komen, maar dat ze helemaal op de Neude moeten parkeren. Dan moeten we soms flink sjuwen en dat is natuurlijk minder. Maar negen van de tien keer komen ze hier gelukkig gewoon voorrijden.

Voor de rest ben ik eigenlijk overal positief over: ze leveren goed, het zijn aardige mensen en ze helpen altijd overal mee.

10. Kunt u aangeven met welke problemen u momenteel te maken heeft bij de distributie voor uw winkel?

- a) *Flexibiliteit, en zo ja leg uit*
Nee hoor, onze vaste dinsdagochtend is juist prettig.
- b) *Op tijd leveren, en zo ja leg uit*
Nee, ze zijn er vrijwel altijd gewoon voor 11 uur.
- c) *Bereikbaarheid winkel, en zo ja leg uit*
De bereikbaarheid is wel een negatief puntje hier aan de Oudegracht.



- d) *Hindering / belemmeringen bij stedelijke distributie, en zo ja leg uit*
Nee
- e) *Kosten, en zo ja leg uit*
Daar ga ik niet over.
- f) *Regelgeving / beperking gemeente, en zo ja leg uit*
Het is vervelend dat de zwaardere vrachtwagens hier überhaupt niet mogen komen en de rest na 11 uur ook niet meer. Als ze te laat zijn kunnen ze hier echt niet meer komen.
- g) *Overig, namelijk:*
Nee

Voorraad, en zo ja leg uit
Nee hoor, onze voorraad is ruim voldoende nu.

11. Kunt u aangeven of u verwacht dat de consument momenteel last ondervindt van de distributie van uw winkel, en zo ja wat u verwacht dat de grootste problemen zijn?

Ja denk ik wel.

- a) *Binnenstad minder aantrekkelijk*
De consumenten hebben zeker last van alle vrachtauto's hier op de Oudegracht. Daarnaast is de weg ook gelijk helemaal geblokkeerd als een busje hier aan het lossen is. Alle auto's en andere busjes moeten dan wachten en hebben dus last van onze distributie.
- b) *Mijn winkel minder aantrekkelijk*
Er staan vaak dozen in onze winkel, wel allemaal op één plek maar dat lijkt me toch vervelend voor de klanten.
- c) *Bereikbaarheid*
Voor bepaalde klanten die iets komen ophalen wel denk ik. Nu laten we die parkeren bij het postkantoor hierachter en lopen wij met een steekwagen mee, maar dat is natuurlijk niet ideaal.

Deel 4: Voorwaarden nieuwe stedelijke distributie

12. Bent u op de hoogte van de problemen met de luchtkwaliteit in Utrecht en houdt u hier met uw distributie rekening mee?

Nee

13. Bent u bekend met nieuwe Utrechtse logistieke concepten als de Cargohopper, Bierboot of Binnenstadservice?

Ja, die ken ik wel, alleen de Binnenstadservice niet.

14. Welke van de problemen in de stedelijke distributie die u eerder aangaf, zou u het liefst veranderd zien?

Eigenlijk helemaal niks, het gaat prima nu.

15. Stel dat er een nieuwe vorm van stedelijke distributie wordt gerealiseerd, waaraan zou deze volgens u in ieder geval aan moeten voldoen?

(Niet van toepassing)

Deel 5: GUP

- ter inleiding korte uitleg mogelijke werking GUP-concept Utrecht -

16. Wat is uw eerste indruk van dit concept?

Dat is hier allemaal niet van toepassing. Als mensen hier meubels kopen wordt dit boven de 500 euro altijd gratis thuisbezorgd ongeacht waar het naartoe moet en de wat kleinere dingen en accessoires neemt men altijd gewoon zo mee. Dat is dus allemaal geen probleem. Ook laten mensen spullen vaak hier even tot het eind van de dag staan, zodat ze rustig verder kunnen winkelen.

Verder komt het merendeel van onze klanten met de trein, dus zouden die zo'n uitgifte punt nooit kunnen gebruiken. Op Kanaleneiland zit ook een dealer van ons, dus daar kunnen mensen hun



spullen ook zo ophalen. Dit is zo'n groot merk, overal kun je aan onze spullen komen dus men gaat daar geen moeite voor doen via een uitgifte punt.

Wat betreft de distributie hebben we één centraal punt in Aalsmeer en de distributie daarvandaan naar onze winkel loopt zoals ik al zei ook prima, dus wat mij betreft hoeft ook dat niet te veranderen.

17. **Op welke manier zou het GUP-concept voor uw winkel geschikt kunnen zijn?**
(Reeds aan bod gekomen)
18. **Welke locatie voor de GUP lijkt u voor uw winkel en daarmee gepaard gaande distributie het meest geschikt?**
(Niet van toepassing)
19. **Zou u de exploitatie (en dus ook distributie) zelf in handen willen houden of bent u ook bereid deze (deels) uit handen te geven?**
(Niet van toepassing)
20. **Zou u eventueel bereid zijn hier in de toekomst verder over mee te praten?**
Ja, het lijkt me leuk om de uitwerking van je onderzoek te ontvangen.

9. Steenweg

- **Elektronica**
- Historische binnenstad
- Steenweg 31-33

- Interview met de heer Klein, financieel directeur Foto Klein
- j.klein@fotoklein.nl
- 04 mei 2010, 18.00 uur – 18.30 uur (telefonisch interview)

Steenweg en Foto Klein zijn zustermaatschappijen van elkaar, ze zijn beiden onderdeel van dezelfde holding waar ook Camera.nl onder valt. Het is dus eigenlijk een groep van elektronica retail formules.

Deel 1: Gegevens winkel

1. **Onder welke branche valt uw winkel en wat voor soort goederen verkoopt u?**
Dat is puur de elektronica-branche.
2. **Is uw winkel onderdeel van een keten, en zo ja uit hoeveel winkels bestaat de keten?**
De Steenweg is echt maar één onderneming, er is dus ook geen sprake van een keten of franchise formule. De Steenweg werkt wel samen met Foto Klein en Camera.nl, dus in die zin zou je het weer kunnen zien als een soort keten van elektronica-winkels.
3. **Wat is de oppervlakte van uw totale winkel en hoe groot is uw voorraad / opslag?**
De oppervlakte van de winkel zelf is rond de 400m² en we hebben een magazijn van ongeveer 250m².
4. **Kunt u ongeveer aangeven hoeveel bezoekers er dagelijks (werkdag & zaterdag) naar uw winkel komen en welk percentage daarvan ook wat koopt?**
Dat weet ik niet.
5. **Weet u of de bezoekers van uw winkel vooral uit Utrecht komen of van daarbuiten?**
Ik denk dat 70 procent uit Utrecht zelf komt en dan nog 30 procent uit de regio. Ik denk dat wel bijna 100 procent uit de provincie Utrecht komt hoor, maar het merendeel uit de stad.
6. **Wat zijn de meest voorkomende goederen die verkocht worden in uw winkel?**
TV's

Deel 2: Gegevens stedelijke distributie

7. **Hoe steekt de distributie van goederen van uw winkel in elkaar?**
 - a) *Uitvoerende partij, één of meerdere?*
Momenteel is dat één partij, namelijk wij zelf. Dat is denk ik wel interessant voor jou onderzoek want in het verleden brachten alle leveranciers zelf hun spullen naar de winkel in



Utrecht. Maar omdat de bereikbaarheid van de Utrechtse binnenstad zo slecht is, hebben wij ervoor gekozen om het zelf gebundeld te gaan doen. Wij laten nu al onze goederen naar ons hoofdkantoor in Barendrecht komen en brengen dat vervolgens drie keer per week naar de Steenweg.

- b) *Regie in handen van uw winkel of vervoerder?*
Omdat wij dat zelf zijn, ligt de regie ook in onze handen
- c) *Om wat voor soort distributie gaat het (netwerk, centrale of incidentele distributie - zelf uitleggen -)?*
Wij rijden dus drie keer per week vanuit Barendrecht naar Utrecht en de auto doet dan ook echt alleen Utrecht aan. Er gaan zoveel spullen in die auto, daar kan echt niks meer bij. Het zijn dus absoluut geen combinatieritten. De andere twee dagen zetten we de auto in voor andere doeleinden.
- Conclusie, mede bepaald door overige antwoorden vraag 7: Eigenlijk geen van de drie vormen. Komt nog het meest in de buurt van centrale distributie*
- d) *Hoeveelheden en soort producten (oa. grote of kleine)?*
We hebben een grote bestelbus en die zit altijd vol.
- e) *Frequentie van de distributie?*
Dat is drie keer per week, op maandag, woensdag en vrijdag.
- f) *Tijdstip van de distributie?*
We hebben op de Steenweg natuurlijk te maken met de venstertijd van de gemeente. We moeten de bus daarom altijd voor 11 uur 's ochtends voor de deur hebben. Dat kan nog wel eens behoorlijk lastig zijn vanuit Barendrecht in de ochtendspits.
- g) *Manier van uitvoering distributie (plaats in stad, aantal personen, enz.)?*
Als we voor 11 uur op de Steenweg zijn, zetten we de bus gewoon voor deur en dan wordt de chauffeur bij het uitladen geholpen door één persoon van het magazijn.
- h) *Distributie altijd al ingericht op de hierboven beschreven manier?*
Tot eind februari 2010 brachten de leveranciers de spullen nog gewoon zelf naar de Steenweg. We hebben dit dus vrij recent veranderd.

Deel 3: Tevredenheid stedelijke distributie

8. **Bent u tevreden over de huidige distributie naar uw winkel en kunt u dit uitdrukken in een cijfer tussen de 0 – 10?**
Ik ben eigenlijk helemaal niet tevreden, maar ik weet ook niet zo snel een oplossing. Doe maar een 4.
9. **Wat zijn volgens u de meest positieve en negatieve zaken in de huidige distributie?**
Het meest negatieve is dat wij maar tot 11 uur mogen bevoorraden. Dat is ook één van de redenen waardoor wij nu aan het kijken zijn naar een andere locatie voor onze winkel dan de Steenweg. Daarnaast is de algemene bereikbaarheid van het centrum van Utrecht natuurlijk sowieso belabberd. Alles staat altijd vast. Iets positiefs kan ik zo snel even niet bedenken.
10. **Kunt u aangeven met welke problemen u momenteel te maken heeft bij de distributie voor uw winkel?**
- a) *Flexibiliteit, en zo ja leg uit*
De bevoorrading is absoluut niet flexibel, die is veel te beperkt tot 11 uur.
- b) *Op tijd leveren, en zo ja leg uit*
Ja, wij zijn soms te laat. Die flexibiliteit is gewoon een probleem want als wij in Barendrecht een probleempje hebben of als het wat druk is onderweg, loopt onze planning helemaal in elkaar.
- c) *Bereikbaarheid winkel, en zo ja leg uit*
(Reeds aan bod gekomen)
- d) *Hindering / belemmeringen bij stedelijke distributie, en zo ja leg uit*
Die kan ik zo nu even niet bedenken.



- e) *Kosten, en zo ja leg uit*
Ja, de kosten zijn door onze nieuwe manier van distributie wel een stuk hoger geworden. Er is nu dus iemand drie dagen per week, minimaal een halve dag onderweg met onze bestelbus. Die bus hebben we daarvoor ook moeten aanschaffen en de brandstofkosten zijn ook een stuk omhoog gegaan.
- f) *Regelgeving / beperking gemeente, en zo ja leg uit*
Naast de al genoemde venstertijd kan ik die niet noemen.
- g) *Overig, namelijk:*
Nee
- h) *Voorraad, en zo ja leg uit*
We hebben een behoorlijke voorraad, maar het lastige aan de binnenstad is dat het geen goede magazijnruimte is. De ruimte is verspreid over allemaal oude panden en die zijn niet optimaal ingericht voor een goed magazijn. Eind vorig jaar zijn wij ook nog een stuk magazijnruimte kwijt geraakt aan een verhuurder en daardoor hebben we nu in Utrecht dus minder ruimte om goederen op te slaan. Dit is dus allemaal niet meer optimaal en dat is ook een argument geweest waardoor wij nu vanuit Barendrecht bevoorraden.

11. Kunt u aangeven of u verwacht dat de consument momenteel last ondervindt van de distributie van uw winkel, en zo ja wat u verwacht dat de grootste problemen zijn?

- a) *Binnenstad minder aantrekkelijk*
Omdat wij nu gebundeld leveren, is dit voor consument dus juist beter geworden. Alleen doen natuurlijk lang niet alle winkels dat op die manier.
- b) *Mijn winkel minder aantrekkelijk*
Ik sommige gevallen wel ja. Het is voor ons niet altijd meer mogelijk om alles op tijd op voorraad te hebben.
- c) *Luchtkwaliteit*
Nee
- d) *Bereikbaarheid*
Ja, dat denk ik wel ja. Wij verkopen natuurlijk grote goederen dus men wil die eigenlijk zo in de auto kunnen doen of ze later even op te pikken bij de winkel. Dat is natuurlijk absoluut niet mogelijk op de Steenweg. Wat dat betreft is de bereikbaarheid ook voor de klanten een enorm groot probleem.

Om dit op te lossen, bezorgen wij thuis maar dat is ook lastig. Dan moeten wij met een karretje met daarop bijvoorbeeld een TV helemaal naar de Mariaplaats lopen, om de TV daar in een busje te laden. Dat is natuurlijk verre van ideaal en het kost ons ook nog eens een heleboel tijd en geld. Het liefst zouden wij alles gelijk aan de klant meegeven maar die ziet dat lang niet altijd zitten. De klanten kunnen met hun auto natuurlijk ook maar tot de Mariaplaats komen.
- e) *Veiligheid*
Nee
- f) *Overlast vrachtverkeer*
Nee
- g) *Overig, namelijk:*

Deel 4: Voorwaarden nieuwe stedelijke distributie

12. Bent u op de hoogte van de problemen met de luchtkwaliteit in Utrecht en houdt u hier met uw distributie rekening mee?

Nee

13. Bent u bekend met nieuwe Utrechtse logistieke concepten als de Cargohopper, Bierboot of Binnenstadservice?

Nee



14. Welke van de problemen in de stedelijke distributie die u eerder aangaf, zou u het liefst veranderd zien?

Het allerliefst zou ik willen dat de klanten met hun auto gemakkelijk dichtbij onze winkel kunnen komen.

15. Stel dat er een nieuwe vorm van stedelijke distributie wordt gerealiseerd, waaraan zou deze volgens u in ieder geval aan moeten voldoen?

- a) *Kostenbesparing voor winkelier*
Ja dat is voor ons erg belangrijk. Recent is het voor ons dus een stuk duurder geworden.
- b) *Verhoging gemak voor winkelier*
Ja dat telt ook mee, maar ik vind die kostenverlaging belangrijker.
- c) *Verhoging gemak voor consument*
Dat is het allerbelangrijkst zoals ik net al vertelde.
- d) *Verhoging veiligheid*
Dat staat niet bovenaan mijn verlanglijstje maar het moet geen onveilige situaties opleveren natuurlijk.
- e) *Verruiming voorraad (vergroting vvo)*
Dat hebben we inmiddels opgelost door winkelruimte op te offeren.
- f) *Beschikbaarheid (openings- of bezorgtijden & ligging)*
Dat zou heel prettig zijn.

Deel 5: GUP

- ter inleiding korte uitleg mogelijke werking GUP-concept Utrecht -

16. Wat is uw eerste indruk van dit concept?

Ik ben daar zeer positief over. Wij hebben recent ook al concreet iets dergelijks nagedacht, maar dan op eigen initiatief.

- a) *Voordelen*
Voor ons zou dat ideaal zijn want wij kunnen onze spullen dan veel gemakkelijker uiteven aan de consument. We hoeven dan ook veel minder te bezorgen. Dat zie ik allemaal als grote voordelen. Ook de andere problemen die ik net aangaf, kunnen door een dergelijk concept grotendeels ondervangen worden.
- b) *Nadelen*
Dan gaat het om de invulling. Het moet natuurlijk wel op een veilige manier worden ingericht.

17. Op welke manier zou het GUP-concept voor uw winkel geschikt kunnen zijn?

(Reeds aan bod gekomen)

18. Welke locatie voor de GUP lijkt u voor uw winkel en daarmee gepaard gaande distributie het meest geschikt?

Dat moet net buiten het centrum zijn, ik weet ook niet precies waar. Het moet in ieder geval goed bereikbaar zijn met de auto, maar tegelijkertijd dus ook dicht bij het centrum. Zelf hebben we hier dus ook over nagedacht, maar niet concreet naar een locatie gekeken. Dat zou namelijk betekenen dat ik ook daar in ieder geval weer twee man personeel zou moeten neerzetten en dat maakt het voor ons weer onaantrekkelijk.

19. Zou u de exploitatie (en dus ook distributie) zelf in handen willen houden of bent u ook bereid deze (deels) uit handen te geven?

Ik zou dat geen probleem vinden. Zoals ik net aangaf zou het voor ons dus juist financiële problemen opleveren als we iets dergelijks beginnen op eigen initiatief.

20. Zou u eventueel bereid zijn hier in de toekomst verder over mee te praten?

Ik ben wel geïnteresseerd maar wil er eigenlijk niet teveel tijd in gaan steken. Wij zijn namelijk al vrij ver in het proces waarbij we de hele binnenstadwinkel willen schrappen en dan is dit concept



natuurlijk niet langer interessant. We zijn dan eerder benieuwd of de gemeente Utrecht bereid is mee te denken in onze zoektocht naar een nieuwe locatie.

Jeroen Klein sluit af met een korte uitleg van de plannen voor de verhuizing

We zijn momenteel namelijk serieus aan het kijken of we een locatie buiten het centrum van Utrecht kunnen vinden voor onze winkel. Steenweg verkoopt namelijk grote en luxe goederen waar een extreem lage marge op zit. Met een locatie buiten het centrum zouden we veel op bijvoorbeeld de huurkosten kunnen besparen en ook veel van de andere problemen die ik net genoemd heb, kunnen oplossen. Het plan is om verder te draaien in de vorm van een showroom met een uitgebreide webwinkel. De binnenstadwinkel van de Steenweg zou dan verdwijnen. Het gaat dan echt om een formuleaanpassing aan de huidige tijd: locaties in de binnenstad zijn heel duur, wij verkopen elektronica waar een hele lage marge op zit en het lastige is ook nog eens dat we de producten die wij verkopen, lang niet altijd direct mee kunnen geven aan onze klanten. Alles is zo'n beetje moeilijk geworden op de huidige locatie. Dit is eigenlijk precies waar jou onderzoek ook op inspeelt. Het heeft dezelfde oorzaken, maar wij lossen het iets anders op dan jij voorstelt. Internet zou onze nieuwe showroom moeten worden en we zoeken daar dan aan de rand van het centrum een locatie bij waar we onze spullen kunnen uitstallen en wat de afhaallocatie moet worden. Mensen die twijfelen kunnen dan ook nog even in de showroom rondkijken en de producten testen. Met deze formule hopen we weer wat meer bestaansrecht te creëren, want dat is de afgelopen twee jaren voor ons erg moeilijk geweest.

10. Van Pommeren

- **Espressomachines, koffie- en keukenapparatuur**
- Historische binnenstad
- Lijnmarkt 47

- Interview met de heer van Pommeren, eigenaar Van Pommeren
- info@vanpommeren.nl
- 15 april 2010, 10.40 uur – 11.00 uur

Deel 1: Gegevens winkel

1. **Onder welke branche valt uw winkel en wat voor soort goederen verkoopt u?**
Wij verkopen voornamelijk elektrisch huishoudelijke apparaten en koffie.
2. **Is uw winkel onderdeel van een keten, en zo ja uit hoeveel winkels bestaat de keten?**
Van Pommeren is geen onderdeel van een keten.
3. **Wat is de oppervlakte van uw totale winkel en hoe groot is uw voorraad / opslag?**
De oppervlakte van de winkel is 320m². Daarbij zit ook een deel van het magazijn maar hierboven zit ook nog een groot deel magazijn.
4. **Kunt u ongeveer aangeven hoeveel bezoekers er dagelijks (werkdag & zaterdag) naar uw winkel komen en welk percentage daarvan ook wat koopt?**
Nee, daar geef ik geen antwoord op.
5. **Weet u of de bezoekers van uw winkel vooral uit Utrecht komen of van daarbuiten?**
De bezoekers komen uit geheel Nederland. Dit is echt een specialzaak en dat trekt ook mensen van wat verder weg.
6. **Wat zijn de meest voorkomende goederen die verkocht worden in uw winkel?**
Over stuks gesproken zijn dat natuurlijk koffiebonen, miljoenen zelfs, maar dat wil jij natuurlijk niet weten. Onze grootse omzet komt uit koffieverwante apparaten en koffie.

Deel 2: Gegevens stedelijke distributie

7. **Hoe steekt de distributie van goederen van uw winkel in elkaar?**
 - a) *Uitvoerende partij, één of meerdere?*
Dat zijn meerdere partijen. Per bedrijf of merk wordt er apart geleverd bij ons. Daar zitten overigens ook veel leveringen bij die uit het buitenland komen.
 - b) *Regie in handen van uw winkel of vervoerder?*



Deels wordt er bijvoorbeeld vanuit Italië en Spanje geleverd en dan wordt dat gedaan door dat bedrijf zelf of door het bedrijf dat dat het gunstigste aan kan leveren. Dat verschilt allemaal heel erg overigens. Je kunt er dus niet van spreken dat wij de regie echt in handen hebben.

- c) *Om wat voor soort distributie gaat het (netwerk, centrale of incidentele distributie - zelf uitleggen -)?*
Alle bedrijven doen dat anders. Sommige distributeurs hebben meerdere adressen in Utrecht of in de buurt, andere komen echt speciaal voor ons een heel eind rijden.

Conclusie, mede bepaald door overige antwoorden vraag 7: Netwerk en incidentele distributie

- d) *Hoeveelheden en soort producten (oa. grote of kleine)?*
De hoeveelheid producten per levering verschilt per distributeur, dag en nog veel meer zaken.
(Soort producten reeds aan bod gekomen)
- e) *Frequentie van de distributie?*
Wij worden dagelijks bevoorrad maar de precieze aantallen op een dag lopen erg uit een. De ene keer is het slechts één auto en soms zijn het er wel zes.
- f) *Tijdstip van de distributie?*
De distributie vindt vooral 's morgens plaats, af en toe ook in de middag maar dan zijn het vaak kleinere auto's. Verder verschilt het ook erg hoor. Soms staan er al auto's in de rij voordat wij in de winkel zijn.
- g) *Manier van uitvoering distributie (plaats in stad, aantal personen, enz.)?*
De verschillende bedrijven die hier komen leveren doen het allemaal op hun eigen manier. Vaak gaat het wel om grote, wat mij betreft zelfs veel te grote, auto's. Bij de achteringang hier zijn die vaak al een kwartier bezig om überhaupt de bocht om te komen. Ook voldoen de auto's niet altijd aan de eisen die hier in Utrecht worden gesteld, dan zijn het dus illegale auto's.
- h) *Distributie altijd al ingericht op de hierboven beschreven manier?*
Ja, alleen wisselen de distributeurs natuurlijk nogal eens. De manier van werken wat ons betreft is wel stabiel.

Deel 3: Tevredenheid stedelijke distributie

8. **Bent u tevreden over de huidige distributie naar uw winkel en kunt u dit uitdrukken in een cijfer tussen de 0 – 10?**

Zoals de gemeente het doet een 4 en zoals het specifiek hier gaat een 6. Gemiddeld een 5 dus.

9. **Wat zijn volgens u de meest positieve en negatieve zaken in de huidige distributie?**

De bereikbaarheid wordt steeds moeilijker gemaakt en dat gaat in de toekomst met de huidige gemeenteraad waarschijnlijk alleen nog maar moeilijker worden. Die willen het liefst dat alles straks gebracht wordt met een fiets en dat werkt natuurlijk niet.

Positief is dat de politiek altijd van tijdelijke aard is. Het is nu afwachten tot iedereen chagrijnig is en dan komt er wellicht wat beters voor in de plaats. Verder weet ik ook niet echt oplossingen voor de problemen met de distributie dus moet je wel voorzichtig zijn.

10. **Kunt u aangeven met welke problemen u momenteel te maken heeft bij de distributie voor uw winkel?**

- a) *Flexibiliteit, en zo ja leg uit*
Ja, we krijgen gewoon onze goederen aangeleverd. Soms is iets twee of drie dagen later maar wij werken vaak al met twee of drie maanden voorraad dus dat komt meestal wel goed. Soms heb je iets wat je liever gisteren al gehad zou hebben, maar dat kan nou eenmaal niet altijd.
- b) *Op tijd leveren, en zo ja leg uit*
Is in principe net al aan bod gekomen. Wel hebben we ook nog een distributiepunt in Wijk bij Duurstede zitten, dus ook daar kunnen grote vrachtauto's met trailers spullen brengen. Als



we dan iets hier nodig hebben pikken we het daar op. Ik woon daar ook in de buurt en dan neem ik het in het woon- werkverkeer gewoon mee naar de winkel.

- c) *Bereikbaarheid winkel, en zo ja leg uit*
Die is matig hier zo in de oude binnenstad.
- d) *Hindering / belemmeringen bij stedelijke distributie, en zo ja leg uit*
We zitten in de binnenstad en dat is natuurlijk altijd lastig. Dan heb je altijd met hindering en belemmeringen te maken. Als oplossing zou je de locatie moeten gaan vervangen maar wij zitten hier al sinds 1951 dus dat doe je ook niet zomaar.
- e) *Kosten, en zo ja leg uit*
Ja het kost vaak wel meer geld omdat onze spullen een keer overgeheveld moeten worden omdat de grote trailers hier niet kunnen komen. Dus het is hier vaak duurder om iets aangeleverd te krijgen.
- f) *Regelgeving / beperking gemeente, en zo ja leg uit*
(Reeds aan bod gekomen)
- g) *Overig, namelijk:*
Nee
- h) *Voorraad, en zo ja leg uit*
Onze voorraad is hier eigenlijk te klein. Daarom hebben we ook Wijk bij Duurstede erbij genomen.

11. Kunt u aangeven of u verwacht dat de consument momenteel last ondervindt van de distributie van uw winkel, en zo ja wat u verwacht dat de grootste problemen zijn?

- a) *Binnenstad minder aantrekkelijk*
De consumenten zullen wel wat last hebben van al het vrachtverkeer wat de winkels bevoorradt, maar ze zullen er mee moeten leven want zonder dat vrachtverkeer kunnen zij ook niks kopen.
- b) *Mijn winkel minder aantrekkelijk*
Dit niet, we hebben bijna alles op voorraad en dan kunnen de consumenten de auto achter even voorrijden en inladen en wegwezen. De consument vindt onze winkel niet minder aantrekkelijk door de distributie.
- c) *Luchtkwaliteit*
Nee
- d) *Bereikbaarheid*
Een consument wil natuurlijk altijd het liefst met zijn auto hier direct voor de deur komen en dan een uurtje rondkijken, maar dat kan nou eenmaal niet. De luiigheid van de consument is dus wel wat lastig, ze willen altijd alles op de makkelijkste manier.
- e) *Veiligheid*
Nee
- f) *Overlast vrachtverkeer*
(reeds aan bod gekomen)
- g) *Overig, namelijk:*

Deel 4: Voorwaarden nieuwe stedelijke distributie

12. Bent u op de hoogte van de problemen met de luchtkwaliteit in Utrecht en houdt u hier met uw distributie rekening mee?

De boel wordt daarmee zo belazerd door de overheid, niet-overheden en belanghebbenden. Dus ik weet niet wat ik daarop moet zeggen.

13. Bent u bekend met nieuwe Utrechtse logistieke concepten als de Cargohopper, Bierboot of Binnenstadservice?



De Bierboot is er natuurlijk al wat langer en de Cargohopper is nu nog met een proefperiode bezig volgens mij. Wij krijgen daar zelden of nooit door aangeleverd, omdat wij dus ook vaak internationale leveringen krijgen.

14. Welke van de problemen in de stedelijke distributie die u eerder aangaf, zou u het liefst veranderd zien?

Als ik een oplossing wist zou ik het graag vertellen, maar zoals ik net vertelde weet ik geen oplossing, dus weet ik ook niet wat ik hierop moet zeggen. Ik zou wel de omgeving hier wat fietsvriendelijker maken, want de fietsen belemmeren ook een heel hoop verkeer.

15. Stel dat er een nieuwe vorm van stedelijke distributie wordt gerealiseerd, waaraan zou deze volgens u in ieder geval aan moeten voldoen?

(Niet aan bod gekomen of reeds aan bod gekomen)

Deel 5: GUP

- ter inleiding korte uitleg mogelijke werking GUP-concept Utrecht -

16. Wat is uw eerste indruk van dit concept?

De luiheid van de consument meenemend, zou ik zeggen: dat wordt niks.

a) *Voordelen*

Kan ik zo één twee drie niet bedenken. Ik kan me voorstellen dat het milieutechnisch voordelen zal opleveren, dat moet ook de insteek zijn.

b) *Nadelen*

Consumenten vinden dit veel te lastig. Hoe groot is het succes nu al van de P+R-terreinen, dat is toch niks? De auto wegzetten en dan met een oncomfortabel vervoermiddel waar je ook nog eens op moet wachten verder reizen is gewoon niet aantrekkelijk. Wellicht kun je de stad afsluiten en mensen dwingen, maar dat schopt me eigenlijk tegen mijn liberale gevoel in. Het zou mij niet trekken in ieder geval.

Ook zijn de problemen die je voor de winkels creëert natuurlijk mega. Er moet namelijk wel een hele logistiek aangelegd worden en je systeem moet erop worden aangepast. Dat kost allemaal zo verschrikkelijk veel geld en er is niemand die dat wil gaan betalen.

17. Op welke manier zou het GUP-concept voor uw winkel geschikt kunnen zijn?

Ik denk dat het gewoon te duur zal gaan worden, het moet ergens van betaald gaan worden. Ook als de gemeente eraan mee zou gaan betalen moet het geld ergens vandaan komen. Of het nu via een omweg of rechtstreeks betaald wordt maakt niet uit, het moet toch betaald worden. Het geld wat de gemeente betaald, krijgen ze gewoon via ons binnen hoor. De concurrentiepositie van onze winkel zou er dus mee achteruit gaan. Als de overheid iets betaald, komt dat geld gewoon uit mijn zak. Politici zijn mensen die leuke dingen doen met geld dat uit jou en mijn zak komt. Je wordt belazerd waar je bij staat.

18. Welke locatie voor de GUP lijkt u voor uw winkel en daarmee gepaard gaande distributie het meest geschikt?

Waar zou je zoiets neer moeten zetten? Het is helaas van defensie en inmiddels weer volgebouwd, maar anders zou het terrein van de Kromhoutkazerne bij de Galgenwaard wellicht geschikt zijn geweest. Verder kan er bij de IKEA wellicht nog wat ruimte gevonden worden, zo direct aan de snelweg. Bij bestaande P+R-terreinen zie ik weinig kansen omdat je dan bedrijven moet wegsturen die in de nabijheid daarvan gevestigd zijn en dat is natuurlijk nooit goed. Op zich is het idee niet eens zo heel erg verkeerd, maar ik weet niet waar de gemeente nog ruimte kan vinden.

19. Zou u de exploitatie (en dus ook distributie) zelf in handen willen houden of bent u ook bereid deze (deels) uit handen te geven?

Bij een dergelijk concept wordt het wel erg onoverzichtelijk allemaal en dat zie ik eigenlijk niet zo zitten.

20. Zou u eventueel bereid zijn hier in de toekomst verder over mee te praten?

Dat is prima hoor, dan moet ik me er wel eerst in gaan verdiepen maar dat wil ik best een keer doen.



11.4 Uitgewerkte expertinterviews

In deze bijlage zijn de volgende twee interviews opgenomen:

1. De heer Walther Ploos van Amstel	156
2. Mevrouw Birgit Hendriks	161

Gesprek met de heer Walther Ploos van Amstel

- Prins Hendrikkade 86f, Amsterdam
- 29-01-2010, 11.30 uur – 12.30 uur

De heer Walther Ploos van Amstel is afgestudeerd als bedrijfseconoom aan de Katholieke Universiteit Brabant in Tilburg en nu werkzaam als onderzoeker / senior adviseur op het gebied van logistiek en stedelijke distributie, zowel vanuit TNO Mobiliteit en Logistiek als vanuit verschillende Universiteiten. Ook is hij als professor logistiek werkzaam aan de Nederlandse Defensie Academie. Daarnaast is hij de voorzitter van de commissie die de jaarlijkse Award Stedelijke Distributie uitreikt. Verder zit de heer Walther Ploos van Amstel in verschillende initiatieven die te maken hebben met stedelijke distributie. Hieronder volgt de uitwerking van het interview met de heer Walther Ploos van Amstel, waarin alle belangrijke en voor deze studie relevante punten naar voren komen.

Doel gesprek: Verbreden (theoretische) kennis over logistiek en stedelijke distributie; de problemen daarmee en (potentiële) oplossingen (en het eventuele succes of falen van die oplossingen).

Bent u bekend met de plannen van de gemeente Utrecht met GUP's op P+R terreinen? Weet u wat de precieze bedoeling is met de GUP's?

Ja, ik ben daarvan op de hoogte. Ik was recent nog jurylid van Award Stedelijke Distributie die Utrecht heeft gewonnen. Ik denk dat dit in Utrecht nog wel kansrijk is ook, omdat de gemeente Utrecht nogal vasthoudend is. Dat is ook één van de redenen dat Utrecht laatst de prijs heeft gekregen. Het initiatief was de minst slechte van alle 19 inzendingen, want eigenlijk was het allemaal pulp. Er zat eigenlijk niet één goed voorstel tussen.

Waarom waren al deze voorstellen zo slecht?

Als je kijkt naar stedelijke distributie en je wilt iets oplossen zijn altijd twee dingen belangrijk. Ten eerste moet het effect hebben en dus leiden tot minder voertuigbewegingen de stad in en als je kijkt naar bewegingen de stad in, zijn de distributeurs voor de winkels absoluut niet de grootste groep. Dat is eigenlijk maar een hele kleine stroom. Als je het allemaal afpelt is verreweg de grootste stroom de bouwlogistiek, dat is ongeveer 1 op de 3 bewegingen. Dat is ook nog eens veel onveiligere verkeer dan de winkeldistributie met allemaal grote vrachtwagens. Er zijn in Nederland maar liefst 6000 voorraadplaatsen voor de bouw en de bouwlocaties worden dus elke dag zeer versnipperd bevoorraad, wat leidt tot enorm veel voertuigbewegingen met een lage bezettingsgraad. Op de tweede plaats komt de bevoorrading van de horeca. Dat is ook een veel grotere stroom dan de winkeldistributie met zes a zeven leveringen per horecazaak per dag. Deze stroom is ook niet te bundelen. Dan komt er een hele tijd niks en dan komt de bevoorrading van de grote supermarkten, daar valt ook niks aan te doen. Dan krijg je weer een hele tijd niks en dan komen de pakjes en dan krijg je weer een hele tijd niks en dan komt de mode. De modelevering is echter al gebundeld en heel efficiënt, dus dat gaat nooit via een concept als de Binnenstadservice gebeuren. Dan komt er weer een hele tijd niks en dan hou je een heel klein stroompje over en dat is de bevoorrading van de overige winkels in de binnenstad. Dit is slechts ongeveer één op de dertig bewegingen. Dan praat je dus slechts over een paar pallets per dag, dat is echt niks. Met de bevoorrading van winkeliers ga je het niet redden met een dergelijk concept. Er valt nog maar bar weinig te bundelen.

En wat betreft alle elektronica-, doe-het-zelf- en meubelwinkels?

Daar bereik je nauwelijks iets mee. Het gaat ten eerste dus om een heel beperkt volume. Ten tweede zie je dat het ook daar al vrij sterk gebundeld wordt. Witgoed bijvoorbeeld kun je al prima bundelen en er wordt al een groot deel thuisbezorgd. Veel van dit soort goederen komen dus niet eens in de binnenstad, die worden direct vanuit een groot magazijn geleverd aan de klant.

Hierna gaat de heer Walther Ploos van Amstel zelf in op de goederenstromen die de stad binnenkomen

Iets wat ook belangrijk is om hierbij te melden is dat er geen cijfers zijn over stedelijke distributie, je kunt echter wel via een model van van Binsbergen berekenen wat er de stad ongeveer ingaat. Dit kan ik je echter niet geven omdat we dit ook bij TNT hebben toegepast. Je gaat op basis van bijvoorbeeld het



aantal kantoren schatten wat een bepaalde binnenstad binnenkomt. Maar door bijvoorbeeld eens op een belangrijke toegangsweg van de binnenstad een ochtendje te gaan turven kom je al heel veel te weten. Ik leer daar zelf altijd heel veel van, temeer omdat er dus geen harde gegevens over bekend zijn. Alle cijfers die mensen altijd gebruiken op dit vlak zijn onbetrouwbaar en men praat elkaar na. De laatste gefundeerde studie was in 1992 over de binnenstad van Maastricht, maar dat zegt nu natuurlijk helemaal niets meer. Het zou een goed idee zijn eens een ochtendje te gaan turven op een invalsweg. En in Utrecht is dit nog betrekkelijk gemakkelijk ook, want er zijn maar vier ingangen van het winkelgebied. Je kunt niet altijd zien aan een vrachtwagen wat erin zit, maar vaak wel. En als het om pakketjes gaat, zitten ze altijd in een TNT of DHL of iets dergelijks en deze bedrijven zijn al maximaal efficiënt en daar kan een concept als een Binnenstadservice of een GUP nooit tegenop.

Toch is, voor zover ik tot op heden heb begrepen, de Binnenstadservice in Nijmegen tot op heden een succes. Is dat dan niet zo?

Als je het succesvol vindt dat ze tot op heden de meeste subsidie hebben binnengehaald, kun je daar inderdaad van spreken. Maar ik ben daar behoorlijk kritisch over; ze maken geen winst en dat zullen ze ook nooit gaan maken met een dergelijke concept.

Is het initiatief met de Cargotram, hier in Amsterdam, dan louter mislukt omdat ze de subsidies niet kregen?

Nee, hier was meer aan de hand. Ten eerste was het GVB gewoon tegen en daarnaast was het concept aardig doordacht, maar niet goed uitgewerkt. Het was een heel kansrijk concept maar heel krom opgezet omdat de persoon die de Cargotram trok, ook projectontwikkelaar was en het distributiepunt dus wilde ontwikkelen op een stukje grond van hem zelf. Daar lag echter nog helemaal geen tramrails wat het allemaal erg gecompliceerd maakte.

Vervolgens legt de heer Walther Ploos van Amstel zelf de link naar de theorie over het al dan niet slagen van een nieuw concept in de stedelijke distributie

Je hebt drie dingen nodig voor stedelijke distributie: beleid, techniek (overslagtechnieken, transporttechnieken, want iedere slag die je erin zet wordt duur) en logistieke concepten. Dit komt uit het proefschrift van Hans Quak. De Binnenstadservice is bijvoorbeeld heel sterk gericht op het beleid en dit kan heel succesvol worden als het zich ook gaat richten op andere goederenstromen die vaker naar de binnenstad moeten dan de kleine stroom van winkelbevoorrading. Het is niet slim om te beginnen met de winkelbevoorrading; dat heeft altijd haast en het is altijd kleinschalig. Daarnaast zijn de transportkosten heel belangrijk. Als je gaat kijken waar deze belangrijk zijn, kom je uit bij de bouw; bouwmaterialen hebben een lage waardedichtheid. Bij de winkelbevoorrading zijn transportkosten veel minder belangrijk. De winkels moeten altijd bevoorrad worden om de klanten tevreden te houden.

Eén van de grootste thema's straks in Nederland wordt het verbeteren van de hoofdstructuur. Dat betekent dat we veel meer met veel dikke stromen op het hoofdwegennet gaan zitten. Daarbij moeten we gaan ontkoppelen aan de rand van de stad. De vrachtwagens moet bijvoorbeeld voller en er zal meer binnenvaart komen. Aan de rand van de stad moet dan worden overgeladen tussen dit logge trage vervoer en het fijnmazige en kleinere stadsvervoer. Hierbij wordt een soort van een stadsdistributiecentrum erg belangrijk want dit werkt alleen als je een heel groot volume hebt en qua techniek heel snel kunt overslaan. Ook wat betreft ICT want het is niet de bedoeling dat er producten kwijt raken. Een extra handeling is over het algemeen namelijk duur en lastig. Er zijn al verschillende voorbeelden van deze innovatieve technieken waardoor dit mogelijk wordt, bijvoorbeeld barcodes en informatiesystemen. Daarbij is ook nog het logistieke concept belangrijk. Je hebt nu bijvoorbeeld het stadsbox concept, dat is eigenlijk een techniek concept maar je hebt daarbij ook een logistiek concept nodig want hoe plan en bestuur je dat?

De heer Walther Ploos van Amstel legt de drie voorwaarden voor een goede stedelijke distributie verder uit aan de hand van het voorbeeld van elektrische vrachtauto's

Je mag met de vrachtauto in de toekomst toch de binnenstad niet meer in, dat wordt allemaal elektrisch. Dat wordt natuurlijk een enorme winst, zeker wat betreft de luchtkwaliteit in de drukke centra. Ik geloof heilig dat dit gaat gebeuren maar dan moet je wel een aantal dingen doen. Als je kijkt naar de techniekontwikkeling: technologieontwikkeling waardoor je dat efficiënt kunt doen met de hub. Dat is bij de Binnenstadservice bijvoorbeeld niet gedaan. Dat is gewoon een traditioneel overslagstation. Omdat het daar nog zo kleinschalig is, raken ze ook niks kwijt. Maar als een dergelijk concept groeit, is een veel innovatieve technologie noodzakelijk. Daarnaast is beleid van de overheid noodzakelijk. Zonder restricties betreffende het verkeer in de stad blijft iedereen natuurlijk gewoon met z'n eigen auto door de binnenstad rijden. Ook wat betreft verkeer over busstroken bijvoorbeeld, mag dat elektrische wagentje in de toekomst nou wel of niet over de busstrook? Daar moet je beleid voor maken. Mag je bijvoorbeeld in de toekomst buiten de venstertijden met de elektrische auto de stad in? Wat ook beleid is, is over het nadenken over de oplaadpunten van de elektrische wagentjes. Zo'n auto moet een tijd opladen en er moeten genoeg



publieke voorzieningen voor zijn. Als ieder bedrijf een eigen oplaadpunt heeft straks wordt het veel te duur en niet rendabel. Tot slot moet een logistiek concept bedacht worden. Stel dat Albert morgen begint met elektrisch rijden, dan heb je een probleem want zij hebben alleen een piek in de ochtend en aan het eind van de middag/begin van de avond. Gedurende de rest van de dag hebben ze weinig te doen. Zo'n elektrische vrachtauto moet echter gedurende de hele dag rijden want die zijn heel duur. Een horecaleverancier moet dan bijvoorbeeld de hele momenten van zo'n vrachtauto kunnen vullen. Daarvoor heb je planningsconcepten voor nodig. Het is echt een voorwaarde dat je alle drie de elementen gebruikt om een bepaald concept succesvol te maken. Daarnaast moet men zich richten op de genoemde dikke stromen.

(Ik leg het één en ander uit over consumentengedrag als achtergrond van mijn studie en specifiek voor Utrecht)

En vanuit de consument, de gebruikerskant. Hoe kijkt u daar tegenaan?

Dat jij net vertelt dat er slecht zo'n negen procent van de binnenstadbezoekers in Utrecht met de auto komt vind ik echt schokkend. Ik denk dat je hier in Amsterdam ongeveer het zelfde patroon zult zien, alleen toch een iets hoger autogebruik. Daarbij gaan mensen ook nauwelijks gebruik maken van een GUP, want ook ik wil iets gewoon ophalen met de auto als ik iets specifiek zoek. Anders komen er toch onvermijdelijk weer wachttijden en dergelijke bij kijken en dat is nu juist iets waar de consument niet op zit te wachten. Consumenten kiezen altijd de makkelijkste en voordeligste weg en het zal lastig zijn om een GUP de makkelijkste en voordeligste weg te maken, er gaan bijvoorbeeld altijd extra kosten mee gepaard. Recent zijn er verschillende rapporten uitgekomen over e-commerce en ook daar zie je dat consumenten altijd de gemakkelijkste weg kiezen.

Wat kan de gemeente Utrecht dan wel doen aan het probleem met de stedelijke distributie?

Utrecht moet wat gaan doen aan de bouwmaterialen die nodig zijn voor de ombouw van Hoog Catharijne en omgeving. Daar zijn ongeveer een miljoen vrachtauto's bouwmaterialen voor nodig. Dat kan natuurlijk prima ingeperkt worden door de inzet van binnenvaartschepen. In Brussel doen ze bijvoorbeeld alle bouwmaterialen via de binnenvaart. Dan heb je zo een klein miljoen vrachtauto's minder op jaarbasis en dat maakt verschil, niet die enkele vrachtauto die een winkel komt bevoorraden. Zeker omdat de transportkosten in deze sector dus belangrijk zijn, een bevoorrader van een bouwlocatie denkt heel goed na over de manier van bevoorrading en een leverancier van een winkel doet dat niet want of deze nou een half of één procent transportkosten heeft, dat maakt niet uit. In de bouw liggen deze percentages wel rond de vijf of tien procent dus dan gaat het uitmaken.

De heer Walther Ploos van Amstel gaat vervolgens in op drie dingen die men nodig heeft bij een logistiek concept

Bij een business case zijn drie elementen noodzakelijk voor een goed logistiek concept; ten eerste de structuur van het netwerk. De alliantie theorie, de relaties in het netwerk daar gaat een heleboel op fout. Daarnaast heb je de ICT en tot slot de vaardigheden van mensen. Dat laatste leidt tot vertrouwen. Bij heel veel projecten hebben ze bijvoorbeeld niet goed nagedacht over een goede gainsharing en bijvoorbeeld ICT. Ook ontbreekt de link met de competenties van de mensen en sluit het allemaal niet goed op elkaar aan. Het moet echt allemaal goed aansluiten op elkaar, wil het gaan werken. Dit vind je bijvoorbeeld in het boek *'the Network Economy'* van Ard-Pieter de Man, hoogleraar allianties. Als je een alliantie ontwikkelt, of het nu gaat om marketing, logistiek of product ontwikkeling, die drie elementen heb je altijd nodig. Of het nu gaat om de JSF of stedelijke distributie, je hebt deze drie zaken altijd nodig. Dit is een heel nuttig model: de business case dat is gewoon het netwerk.

Van Goor zegt dat ieder logistiek concept uit een aantal dingen bestaat: een netwerk, een goederenstroom en planning en besturing. Je kunt een heel complex netwerk hebben, dan moet je heel slim plannen en besturen. Als je planning en besturing hebt, weet je welke ICT je nodig hebt. En je moet vaststellen welke mensen wat beslissen binnen de organisatie. Dit komt weer uit het model van Davenport. Dat zegt dat je in ieder bedrijfskundig vraagstuk moet kijken naar het proces, de beheersing van je proces, hoe navigeer je dat proces en met welke ICT. Belangrijk daarbij is je strategie. Als je de strategie veranderd heb je een ander netwerk nodig.

Ard-Pieter de Man kijkt eerst naar de business case, hoeveel geld kun je verdienen, hoeveel kun je besparen. Er ligt bijvoorbeeld een rapport van de fashion-industrie, dat gaat over bundeling van de fashion-retail. Dat is zoals ik al zei de dikste stroom retail de stad in, dat levert een besparing op van vijftig procent. Maar dan moet je nog wel zorgen en dat is het tweede dat Ard-Pieter de Man dus zegt, dat je planning en besturingsmodellen er zijn. Die worden in Nederland nu ook ontwikkeld, we hebben een topinstituut logistiek dat daar naar kijkt. Je hebt ketenregie nodig, dat gaat niet alleen over de stad maar ook over, hoe je het aan de rand van de stad krijgt. Beide zijn belangrijk, als je één van de twee oplost heb je er niks aan. Je moet beiden efficiënter maken. Het wegvervoer en de binnenvaart naar de stad moet eigenlijk een soort openbaar goederenvervoer worden, je moet heel snel kunnen boeken. Dat is planning



en besturing. Daar is weer hele goede ICT voor nodig waarbij ook aan veiligheid gedacht moet worden, je wilt zeker bij dure artikelen straks natuurlijk wel weten waar je pakje ergens zit. Hierbij komt ook organisatie kijken, logistiek is een bijzonder vak, maar pakjes gaan echt niet uit zichzelf bewegen. Mensen moeten de beslissingen nemen en als die de beslissingen niet verbeteren, verbetert je logistiek ook niet. En dan zegt Ard-Pieter de Man vervolgens dat je ook nog die vaardigheden nodig hebt; de mensen die erin zitten, moeten het ook wel kunnen. Daar gaat het ook vaak fout, daar worden mensen niet in opgeleid, ze zitten vaak gewoon binnen het bedrijf terwijl ze er juist over ketens heen moeten kijken. Stedelijke distributie moet je dus juist opknippen. Je hebt de leverancier, dat grote transportnetwerk wat door heel Nederland heengaat (daar zitten meerdere partijen in, je kunt bij openbaar goederenvervoer van meerdere dienstverleners gebruik maken), dan komt het aan in die hub aan de rand van de stad, dat wordt ook een soort publieke functie.

Zijn deze theorieën ook bruikbaar voor oplossingen binnen de stad?

Deze theorieën helpen je om uit te leggen. En dat kan dus ook voor concepten binnen de stad. Planning en besturing is ook belangrijk voor puur de binnenstad en een hub bijvoorbeeld moet goed worden ingericht. En het moet zo goedkoop mogelijk zijn; het maakt nogal wat uit of er vier of acht mensen een hub bezetten. En als ik de vrachtwagens niet goed benut dan haal ik de servicegraad niet. Zodra je iets te laat levert in de winkel of bij de consument heb je altijd gelijk een probleem met ontevredenheid. Dat gaat allemaal om planning en besturen. De ICT moet daar weer op inhaken, je redt het niet met allerlei losse systeempjes bijvoorbeeld.

Nu heb je een heel overzicht van verschillende bruikbare concepten voor jou case. Benader tot slot Ron van Duin van de TU Delft nog even. Die is heel makkelijk benaderbaar en heeft onder andere veel voorbeelden uit het buitenland in kaart gebracht.

Even terugkerend naar Utrecht. Wat zijn nu specifieke kwaliteiten of problemen die u kunt noemen bij deze stad?

Wat Utrecht goed gedaan heeft, is een overheid die z'n rug recht houdt. Dat is eigenlijk de enige reden, voor de rest is het allemaal niet zo bijzonder. De samenwerking met de overheid en de verschillende initiatieven is goed en er zijn verschillende leuke initiatieven zoals de Bierboot en de Cargohopper. Ook de vrachtwagen routes door de stad zijn erg goed. Dat zijn allemaal losse elementen en het is eigenlijk een druppel op een gloeiende plaat, maar de initiatieven zijn in ieder geval leuk en er zit wat potentie in.

Het wordt nu wel duidelijk dat verschillende gemeenten initiatieven nemen om de stedelijke distributie te verbeteren, maar doen daarbij erg veel fout. Wat zijn hiermee de meest voorkomende fouten?

Er zijn een aantal dingen die systematisch fout gaan. Dat is ten eerste het niet nadenken vanuit de consument, in dit geval de winkelier. Dat is gewoon een domme fout. Ieder logistiek concept heeft een goede strategie nodig waarbij eerst wordt gekeken naar de wensen van de doelgroep. Ten tweede begint iedereen met verkeerde cijfers, iedereen denkt dat het helpt om die winkellogistiek aan te pakken maar ik heb net al uitgelegd dat dat dus allemaal zinloos is. Men heeft de verkeerde getallen. Ten derde kloppen de concepten die ontwikkeld worden gewoon qua business case vaak al niet. Vaak hebben ze de techniek of het concept niet goed doordacht, het klopt gewoon niet dan. En dan de vierde veelvoorkomende fout, dat is de gemiddelde wethouder er niet goed mee bezig is. Die vinden het leuk om in de krant of op TV te komen, maar daar bereik je natuurlijk niks mee. Ze houden hun rug ook niet recht, waarbij ik net al zei dat Utrecht een voorbeeld van een gemeente is waar ze gelukkig hun rug wel recht houden. Het beleid is daar goed, het heeft nog geen effect, maar ze houden in ieder geval hun rug recht. Daarbij vinden de mensen het bij de gemeente Utrecht ook leuk om erover te praten, ze zijn er echt mee bezig. Met een constant draaiende politiek, zoals in de meeste andere steden, is het haast onmogelijk om met nieuwe initiatieven te komen op dit gebied, ook omdat de regelgeving dan steeds verandert. Een vijfde en laatste reden is dat dit jarenlang een groot subsidiehuis is geweest. Iedere adviseur of ZZP'er die een leuk idee had, kreeg gelijk geld mee. Het koste dus eigenlijk niks om een idee te ontwikkelen, terwijl een bedrijf er veel beter over na zou denken omdat het anders teveel zinloos geld kost. Dat heeft dus ook te maken met beleid.

Er valt overigens veel onder beleid hoor: milieuzones, venstertijden, mede gebruik van busbanen maar ook hier in Amsterdam de bevoorrading van het centraal stadion. Nu dat nieuwe busstation er is, aan de achterkant, is het niet langer mogelijk om daar te bevoorraden waardoor er aan de voorkant nu dagelijks aan de voorkant gigantisch veel overlast is van de bevoorrading van het stadion. Dat is dus gewoon slecht doordacht, slecht beleid. Kijk, Schiphol heeft daar bijvoorbeeld wel weer goed over nagedacht, maar bijvoorbeeld op de Zuid-as is het ook een ramp. Dat is natuurlijk heel dure grond, dure huurcontracten voor de winkels en horeca en die hebben nu allemaal distributeurs voor de deur staan de hele dag omdat er niet nagedacht is over de bevoorrading via een slimme weg. Die bevoorrading zou eigenlijk op een dergelijk dure locatie gewoon onder de grond moeten, maar dat kan nu dus niet meer. Dat zijn allemaal vormen van beleid. Beleid is meer dan alleen je rug recht houden.



Je moet deze zaken dus allemaal combineren, je moet met een aantal theoretisch goede concepten aan de slag. Voordat er een concept is, mis je niks. Als iemand iets ontwikkeld krijg je ook altijd een tegenreactie. Als ik bijvoorbeeld merk dat iemand bijna monopolistisch de stad in mag hier, krijg je automatisch ook tegenreacties, mensen die het ook gaan proberen. Als verschillende groothandels bijvoorbeeld gaan bundelen aan de rand van de stad, zullen andere groothandels het moeilijk krijgen. Maar als reactie daarop zullen de leveranciers juist weer de kleinere groothandels ondersteunen omdat die markt verliezen als alle groothandels failliet gaan. Dat zie je natuurlijk ook bij bijvoorbeeld de Binnenstadservice. Je kunt je goed voorstellen dat DHL daar helemaal geen voorstander van is. Die gaan dat natuurlijk proberen tegen te gaan want door zo'n concept als de Binnenstadservice wordt de distributie van DHL minder efficiënt, gewoon omdat er afleveradressen verdwijnen. Toch is marktwerking goed, als je straks een stuk of vier partijen hebt die de binnenstad nog binnenkomen, heb je een ideale situatie.

Je moet er wel op letten dat altijd een combinatie noodzakelijk is. Niet alleen de bevoorrading binnen de stad, maar ook de weg naar de stad. Je hebt altijd drie schakels die je in de techniek en het proces moet regelen: magazijn, leverancier, de hub aan de rand van de stad (het stadsdistributiecentrum).

Daarbij moet het stadsdistributiecentrum dus uitermate effectief worden ingericht zoals u daarnet zei, omdat anders alle winst (tijd en geld) van de rest van de verplaatsing verloren gaat bij de overslag?

Ja absoluut en grote partijen als TNT zijn daar natuurlijk al lang mee bezig. Die wachten gewoon tot al die lokale initiatieven als de Binnenstadservice mislukken en daarna komen zij met een goed initiatief. Nike wil bijvoorbeeld heel graag duurzame stedelijke distributie invoeren. Maar die willen dat niet voor Kampen, Delft en Toulouse apart invoeren, die ontwikkelen een goed concept en voeren dat straks overal in Europa op dezelfde wijze in.

Wat is uw mening over de plannen van Utrecht met de GUP's?

Als het echt een plan wat ook voor consumenten bedoeld is, is dit al lang eerder geprobeerd en mislukt. Shell heeft het geprobeerd, Texaco heeft het geprobeerd, allemaal op eenzelfde manier van in de binnenstad gekocht pakjes ophalen. Dat is zo vaak getest en altijd mislukt. De kosten zijn bijvoorbeeld enorm, ik heb dat toen voor Texaco uitgerekend en je zit met zoveel dingen, bijvoorbeeld de parkeervoorziening, de opslag en de beveiliging. Je zit met extra kosten van meer dan tien euro per pakje! Het wordt dus nooit goedkoper voor winkelier of consument. Je zou de Binnenstadservice ook eens moeten vragen wat dat per pakje nu eigenlijk kost. Ik ben op zich best wel enthousiast over dergelijke initiatieven en de overheid mag dat ook best subsidiëren omdat er natuurlijk voordelen aan zitten voor de binnenstad. Maar je moet dan wel meer volume maken, op deze manier maakt het nog veel te weinig uit. Ik zie kansen in bijvoorbeeld een Binnenstadservice als footservice of voor het linnengoed voor hotels. Het gaat allemaal om volume.

En hoe zit dat in combinatie met P+R-faciliteiten?

Nederlands zijn natuurlijk verhufterd, die willen allemaal vooraan staan en niet betalen voor het parkeren. Anders komt er niemand. Je krijgt het ook nooit voor elkaar als je pakje bij de GUP is als je weer terug bent en wachttijden zijn natuurlijk funest voor een dergelijk initiatief. Of je moet zo frequent gaan rijden dat het alleen maar meer bewegingen oplevert. De meeste producten die men in de stad haalt zijn natuurlijk ook klein en dus helemaal niet interessant voor een GUP. En bijvoorbeeld elektronica zaken beleveren nu al nauwelijks vanuit de winkel. Daarbij gaat het gros van de mensen natuurlijk nu ook al naar de Mediamarkt of laat het thuisbezorgen. Veel van die thuisbezorgwinkels hebben een vestiging in de binnenstad, maar hun depot ergens buiten het centrum. Dus veel van hun producten gaan direct van dat depot naar de mensen thuis. Het lijkt me een onzinnig concept. Dit is een idee van een ambtenaar en absoluut niet haalbaar in deze vorm. Het is wel goed dat dergelijke ideeën worden opgepakt, want je leert er wel van voor de toekomst.



Gesprek met mevrouw Birgit Hendriks

- Waalbandijk 22, Nijmegen
- 23-02-2010: 12.00 uur – 13.00 uur (aanwezig geweest van 9.15 uur tot 13.00 uur)

Mevrouw Birgit Hendriks is projectmanager en oprichter van de Binnenstadservice Nijmegen en werkzaam bij Mosaikk Mediation. Daarvoor was zij centrummanager van Nijmegen en werkzaam aan de Radboud Universiteit Nijmegen.

Doel gesprek: Het verbreden van de kennis over de Binnenstadservice: het succes, de problemen en de toekomst. Op deze manier wordt de link met concept GUP in Utrecht gemaakt. Het innovatieve logistieke concept Binnenstadservice wordt als voorbeeld voor het GUP gezien.

Voor het interview met Birgit Hendriks: bezichtiging distributiecentrum Binnenstadservice en rit met vrachtwagen door de binnenstad met chauffeur Clemens. Hieronder kort de belangrijkste bevindingen:

- Binnenstadservice is winnaar van AnaarBeter prijs 2008.
- Wagenpark Binnenstadservice bestaat inmiddels uit twee busjes (één gas en één diesel) en een elektrische fiets waarmee de binnenstad ook kan worden bevoorradt buiten de venstertijden.
- Binnenstadservice bedient niet alleen het centrum maar ook andere delen van Nijmegen.
- Naast eigenaren Max Prudon en Birgit Hendriks heeft de Binnenstadservice zo'n zes medewerkers.
- Het bedrijventerrein, waar ook het huidige distributiecentrum is, oogt erg rommelig en vervallen. Ook het distributiecentrum, kantoortje en loods van de Binnenstadservice zijn verre van modern. Over een paar jaar wordt de nieuwe Waalbrug aangelegd en zal de Binnenstadservice moeten verhuizen omdat het bedrijventerrein gesloopt wordt.
- Door voldoende opslagmogelijkheid in magazijn is ook direct leveren aan de klant mogelijk.
- Greep uit de veel voorkomende goederen die Binnenstadservice levert: reisgidsen, tabak, spullen voor gemeente. Juist de kleine pakketjes zijn interessant voor Binnenstadservice.
- Binnenstadservice krijgt enorm veel lokale en landelijke publiciteit blijkt in kantoor.

Bent u bekend met de plannen van de gemeente Utecht met GUP's op P+R terreinen? Weet u wat de precieze bedoeling is met de GUP's?

Nee, ik ben natuurlijk wel eens in Utrecht maar ik ken het eigenlijk niet echt.

Vervolgens leg ik het concept kort uit.

Dus het is echt een goederenuitleverpunt van fysieke winkels in de binnenstad en niet van internetwinkels?

Vervolgens leg ik uit dat ik me duidelijk richt op dit fysieke winkelen, maar dat een combinatie in de toekomst wellicht goed mogelijk is. Ook vertel ik over de achtergrond van het onderzoek en de insteek van de gemeente.

Ja, in feite noemen we het niet zo, maar hier bij de Binnenstadservice zijn we eigenlijk ook gewoon een goederenuitleverpunt. We hadden ook graag een parkeerterrein hierbij gewild, op het braakliggende terrein hiernaast, maar dat werd allemaal te lastig met de gemeente. Maar in feite heb ik vanaf het begin in Nijmegen getracht het personentransferium en dit goederentransferium op één plek te krijgen. In het eerste business plan waren die twee functies gemengd. Dat is bijvoorbeeld met personeelskosten ook erg kostenefficiënt. Ook in andere steden zijn we inmiddels bezig, het gaat echt boven verwachting door al die aandacht. Ook in Utrecht is er zelfs al een service bijna operationeel, maar daar komen we straks vast nog op.

Wanneer bent u begonnen met het opzetten van de Binnenstadservice?

Dan hebben we het over mei 2007. Toen zijn we ook heel concreet met de gemeente aan de praat geraakt. De gemeente was toen ook met wat nu het transferium Waalsprong is, aan de slag. Toen bleek echter dat er voor het Waalspronggebied, waar wij aanvankelijk wilde gaan zitten en waar het transferium ook moest komen, vanuit de gemeente nog zo weinig visie klaar lag, dat dat allemaal veel te lang zou gaan duren. Er waren allerlei plannen voor dat gebied maar er was nog niks uitgewerkt. Ten hebben mijn kompanen Max Prudon en ik elkaar aangekeken en dit plan afgeblazen, het zou veel te lang gaan duren. We gingen toen alleen door met het goederenverhaal en het personenverhaal hebben we even links laten liggen. Maar dat blijft echt het meest ideaal, dat wil ik je meegeven. De goederen komen hier binnen en we hebben een overeenkomst met de winkeliers dat vanaf het moment dat wij hier de handtekening voor ontvangst zetten, dat dan aan hun de regie is wat er met de goederen moet gebeuren.



Hoe werkt dat nu dan precies?

Je ziet nu dat er een heleboel goederen gewoon direct doorgaan naar de winkel, maar er blijven hier ook genoeg goederen staan. Dat is de keuze van de winkelier. Soms halen de winkeliers de goederen hier ook zelf op en gaan ze dan naar de klant brengen. Er zijn ook klanten die hier de goederen komen afhalen, al gebeurt dat nog niet zo ontzettend veel. Bij de keukenspecialzaak uit de stad gebeurt het al veel en dan kom je toch in de buurt van het concept waar jij je aandacht op vestigt. Het zijn grote onhandelbare goederen die in de winkel gekocht worden, en later hier worden afgehaald. Ik baal er ook van dat de Binnenstadservice Utrecht op een plek zit waar parkeren nu niet mogelijk is.

We zijn nu dus eigenlijk niks meer en niks minder dan een collectief ontvangstpunt en opslag voor goederen van dat segment van de winkelier die de organisatiecapaciteit daarvoor niet zelf hebben. Grote winkelketens als een Hema of V&D hebben natuurlijk hun eigen DC en daar kom je niet tussen en dat moet je ook niet willen. Dat werkt allemaal al prima. Het zijn juist die kleine zelfstandige detaillisten, die vaak nog wel steeds grootschalige goederen hebben, die we hiermee kunnen helpen. De vrachtauto's die dat soort winkels op de reguliere weg bevoorraden zijn over het algemeen groot en hebben een lage bezettingsgraad. Deze mogen ook niet buiten de venstertijden in de binnenstad komen. De winkeliers die meedoen aan de binnenstadservice hebben nu geen last meer van regeltjes die gelden voor de bevoorrading in de binnenstad, wij kunnen hen op ieder moment bedienen. Daarnaast fungeren we dus ook als extra opslagpunt.

Mijn vraag over de primaire doelen van de Binnenstadservice hebben we inmiddels behandeld. Het concept lijkt nu erg succesvol. Klopt dat en hoe zit het met de financiering van de Binnenstadservice? Ik heb gelezen dat de overheid er flink geld in heeft gestoken?

Nou dat valt wel mee, Utrecht bijvoorbeeld heeft er helemaal niets in gestoken. Dat maakt het daar ook zo ingewikkeld. Hier zijn we in Nijmegen als eerste stad concreet gestart op 16 april 2008, dus we bestaan bijna 2 jaar. Dus dat is eigenlijk nog maar heel jong. Maar we hebben al een ontzettende flow aan dynamiek in Nederland en ook België veroorzaakt. Dat is echt ongelooflijk, dat had ik nooit verwacht. Maar de gemeente Nijmegen heeft er inderdaad als partnerstad in geïnvesteerd. In die zin dat er een ondernemersfonds is hier in Nijmegen, waardoor projecten financieel worden ondersteund die een veelheid aan ondernemers ten goede komen. Dit project is daar één van omdat het toch gewoon de binnenstadondernemers ten goede komt. Deels is het dus daaruit gefinancierd en ook de provincie heeft een deel gefinancierd. Het tweede jaar is weer voor een groot deel door de stadsregio Arnhem-Nijmegen gefinancierd. Dus ja het concept is in de opstartfase adequaat ondersteund.

En hoe is het gegaan met de uitbreiding naar de anderen steden?

Nou Utrecht was bijvoorbeeld de eerste gemeente die langs kwam, echt nog geen maand na de start hier in Nijmegen, Mark Degenkamp voorop hoor. Die hebben hun dagje uit met de afdeling toen hier doorgebracht. Maar het is eigenlijk allemaal op ons af gekomen. We hebben nooit actief geacquireerd naar andere steden, maar vanuit iedere stad klopt er wel iemand aan: een ambtenaar, een aantal bewoners van de binnenstad of een ondernemer.

Gaat het dan allemaal op dezelfde manier als hier in Nijmegen?

Iedere stad heeft een andere dynamiek, iedere stad begint anders. Het werk wat ik nu eigenlijk alleen nog maar doe, is steden op gang helpen. Het is nadrukkelijk ook de bedoeling dat er in elke stad een stichting Binnenstadservice ontstaat, want we ondernemen in stichtingsvorm om ons nadrukkelijk te positioneren tussen overheid en markt. Het gaat ons ook niet om het geld, maar om het maatschappelijk rendement, maar dan wel graag kostendekkend. Dan ben je ook financieel duurzaam.

Dit is natuurlijk een geheel nieuw concept. Wat waren de grootste problemen waar u tegenaan bent gelopen in de opstartfase?

Het grootste probleem is dat je een punt tussenvoegt in een keten van verlader naar eindontvanger. Een soort ontkoppelpunt tussen het landelijke hoofdwegennet en de microdistributie in de binnenstad. Er was daar helemaal niemand aan gewend, het was nieuw. Misschien is het naïef achteraf, maar dat concept hebben we ontwikkeld met het idee dat iedereen voor schone lucht is en voor een leefbaarder en verkeersveiliger stadscentrum. Dat blijkt ook zo te zijn maar de maatregelen waar we allemaal naar grijpen, zijn allemaal restrictief en dan vooral vanuit de overheid: milieuzones, venstertijden, voertuigeisen. Allemaal vervelende maatregelen en in feite moet je dus voor iedere stad een ander voertuig hebben. Een wirwar aan regelgeving en in iedere stad anders maakt het transport lastig en de verladerpartijen niet blij. Het maakt het transport ook heel erg inefficiënt en dat terwijl toch niemand tegen schone lucht is. Kunnen we dat nou niet bereiken via een efficiënte weg en niet via een route waaruit iedereen weggestuurd wordt? En dat heeft dus geleid tot vele gesprekken met tientallen partijen en in twee avonden hebben we uiteindelijk dit concept bedacht. Maar de uitvoering is natuurlijk heel weerbarstig want iedereen moet wennen aan deze nieuwe manier van distributie.



En de winkeliers, hoe keken die er tegenaan? Wilde ze graag meedoen aanvankelijk?

Nou eigenlijk ging dat best goed en snel. Maar ook omdat we vanaf het begin voorop gesteld hebben dat als je wilt dat dit concept gaat lukken dat je er dan ook volledig achter moet staan, anders kun je beter niet mee doen. Er zijn namelijk wel 106 dergelijke concepten in Nederland bedacht en vaak ook mislukt, zoals je in het werk van Hans Quak kunt lezen. Daar schrok ik trouwens wel van hoor want dat is natuurlijk echt dramatisch, maar gelukkig zitten wij aan de goede kant van de medaille. Ik kende hem gelukkig ook nog niet voor we hier begonnen maar heb hem na onze start via TNO gelijk gesproken en toen was ook zijn werk net afgerond waaruit bleek dat al die projecten mislukt waren.

Een transitie bewerkstelligen blijft weerbarstig. Dat is overigens met elke organisatieverandering zo hoor. Mensen moeten er aan wennen en daar is een heel proces voor nodig en dat kost tijd. En als een winkelier dan zover is dat hij denkt, ik doe mee, dan ben je een hele tijd verder. En dan vervolgens moet de winkelier dat nog in zijn eigen bedrijfsproces gaan implementeren waar ook weer allemaal weerstand op komt, we doen dit toch al 40 jaar zo en het gaat toch goed? De stedelijke distributie wordt toch gedreven vanuit de winkelier, die vraagt en regelt de distributie. In veel gevallen wordt de distributie natuurlijk wel uitbesteed. Daarom geldt dit overigens niet alleen voor de winkeliers, maar ook voor de transporteurs, verladers of de gemeente. Iedereen moet kantelen. Maar kennelijk is dit wat we met z'n allen willen want ik ervaar iedere dag zoveel draadvlak voor dit verhaal.

Hier in Nijmegen heeft het natuurlijk wel geholpen dat dit een vrij milieubewuste stad is. De wethouder die verkeer en milieu in zijn portefeuille heeft, is een GroenLinks wethouder. Dat maakt het wel makkelijk. Maar in Utrecht praat ik met een VVD wethouder, maar die is ook heel enthousiast. Ze heeft dan even niet de financiële ruimte om iets te ondersteunen maar ze is inhoudelijk wel erg gedreven hoor. Ze hebben daar niet voor niets laatst de prijs gewonnen. Utrecht is heel erg sterk in kansen zoeken en daadkracht.

Even nog terug naar die winkeliers. Van de winkeliers die wij hier in Nijmegen aanvankelijk spraken, zeiden er twintig meteen ik doe mee en zeiden er zestig; ik weet het nog niet precies en nog eens twintig waren faliekant tegen, die vonden het niks. Normaal gesproken zou je zeggen, twintig procent dat is geen succesvol verhaal. Maar wij zeiden dus juist, nou twintig dat is mooi, daar gaan we mee van start. En tegen die zestig hebben we gezegd, kijk maar wie er mee doen in je straat en kijk en vraag maar hoe het loopt, dan hebben we het er nog wel eens over. En de huiver die er aanvankelijk was, is gewoon overwonnen, het vertrouwen is gegroeid de ondernemers maken elkaar enthousiast. Clemens die werkt hier nu, omdat de 98^e detaillist die meedoet, die dus getekend heeft, hem niet meer nodig had. Hij ontving de goederen in het magazijn van die winkel in servies en glaswerk en kreeg de hele dag vrachtauto's, maar na de komst van de Binnenstadservice had hij nog maar op één moment in de dag werk. Dat was dan wel een forse levering maar het bedrijf kon hem zo wegbezuinigen. Dat is dus toch gewoon een bezuiniging, een kostenbesparing voor de winkel. Hij heeft toen de overstap naar ons gemaakt, omdat wij nu juist groeien. Leuk he? Dit vertrouwen en deze reactie van winkeliers is ook echt iets waar je met een GUP ook mee te maken zult gaan krijgen.

Laatst ben ik ook bij Walther Ploos van Amstel geweest en daar gepraat over logistiek in het algemeen. Hij was niet heel positief over al dit soort concepten. Wat vindt u daarvan?

Ja, hij zegt heel algemene dingen, ook in zijn weblogs. Ik krijg niet zo goed hoogte van hem altijd. Ik kom hem natuurlijk heel vaak tegen en hij is eigenlijk op momenten heel erg lyrisch over het concept Binnenstadservice bijvoorbeeld. Maar tegelijkertijd zegt hij ook dat er heel veel andere, veel belangrijke, verkeersstromen de binnenstad in gaan. Het zou volgens hem veel nuttiger zijn die stromen aan te pakken. Nu zijn die stromen natuurlijk ook heel belangrijk maar als we het hebben over GUP's, dan is die bouwlogistiek, zijn paradepaardje, natuurlijk niet zo'n heel interessante stroom. Walther pakt het natuurlijk gelijk heel breed en constateert eigenlijk vanuit z'n eigen slaapkamerraam in hartje Amsterdam dat die bouwlogistiek verschrikkelijk is. Maar ja, die problemen voor zijn deur zijn natuurlijk niet de hele wereld daar in hartje Amsterdam. Dat is een unieke situatie.

We zijn nu eigenlijk gedurende het gesprek al terechtgekomen bij de implementeerbaarheid van het concept Binnenstadservice in andere steden. Kunt u hier nog iets specifieks over zeggen?

We hebben voor de Binnenstadservice inmiddels natuurlijk wel een soort gouden standaard ontwikkeld. Waar nu juist alle verladers en vervoerders baat bij hebben is eenduidigheid in de bereikbaarheid van alle binnensteden, zoals ik net ook al zei. Tegen iedereen die met een Binnenstadservice aan de slag wil, zeggen we: zorg dat je dezelfde huisstijl hebt, zorg dat je minimaal van half 8 tot half 6 minimaal open bent en als we moeten gaan opschalen doen we dat met z'n allen, allemaal het zelfde automatiseringssysteem, zelfde manier van contracten met winkeliers aangaan en we gaan landelijk die vervoerder aanspreken.



Als u kijkt naar de consumenten, hoe denkt u dat zij tegen de Binnenstadservice of de GUP aankijken? Wat zijn uw verwachtingen hierover?

Weet ik niet precies. Kijk in ieder geval even naar paragraaf 2,5 van het uitgebreide rapport van Transumo over Binnenstadservice, dat gaat over de perceptie van consumenten. Ook heeft de Radboud Universiteit een werkpakket dat de effecten bij de gebruikers heeft gemeten. TNO heeft voornamelijk de technische effecten gemeten, dus in termen van bijvoorbeeld luchtkwaliteit en voertuigreductie. De Erasmus Universiteit heeft ten slotte gepoogd, en dat is niet helemaal gelukt, een verdien model voor de Binnenstadservice te bouwen. Maar naar dat laatste kijk jij niet echt volgens mij. Dat is echter wel het lastigste van dergelijke projecten. Je moet het financiële uithoudingsvermogen kunnen opbrengen tot dat de markt het concept absorbeert. Iedereen moet eraan wennen, en de verschillende partijen moeten hun bedrijfsproces aanpassen en dat kost jaren. Het is zoeken bij alle stakeholders om te zorgen dat we elkaar die tijd gunnen en dat is bij jou GUP maar ook bij de Binnenstadservice, wat eigenlijk een soort GUP is. En de consumenten moeten dus gewoon tijd krijgen, het gaat om gedragsverandering en dat is ongeveer het ingewikkeldste wat er is. Probeer bijvoorbeeld maar de jeugd van het roken af te krijgen. Als een jongen of meisje dat niet echt wil, gaat het niet lukken, hoeveel druk je van buiten ook uitoefent. Je moet de verleidingsstrategie toepassen. Eerst goed informeren en dan via logische stappen uitkomen of het daadwerkelijk anders gaan doen. Daar zijn verschillende theorieën voor en daar draait echt alles om. Het duurt echt lang hoor voor iets opgepakt wordt bij consumenten. Als je kijkt hoe lang Greenwheels hier in Nijmegen nodig heeft gehad om een succes te worden, misschien wel twintig jaar. Eerst waren er twee autootjes en nu barst het ervan. En in andere steden komt het nog steeds niet van de grond, dan is Nijmegen nog snel.

Elkaar tijd gunnen en vertrouwen kweken is echt het appel wat ik overal doe, want er is echt we draagvlak voor dergelijke concepten maar een gedragsverandering is gewoon uiterst moeilijk te realiseren. Het gaat dan wel slechts om het dunne laagje van Nederland dat bezig is met stedelijke distributie. Die begrijpen heel goed dat hier de oplossing ligt voor een groot deel van de problemen. Dat overbrengen op de gehele samenleving kost ontzettend veel tijd en moeite. Bij consumentengedrag is daarbij de prijsprikkel nog ontzettend belangrijk: ongewenste dingen moet je duurder maken en gewenste dingen goedkoper. Maar daar heb je natuurlijk niet altijd grip op, die balans is enorm ingewikkeld.

Volgens mij hebben we inmiddels de meeste belangrijke punten wel doorgenomen. Kent u in het buitenland of in toch gewoon in Nederland nog concepten of steden die u als voorbeeld kunt aandragen?

Ja dat is lastig hoor. Er zijn wel wat voorbeelden. Al zijn er niet veel steden die iets vergelijkbaars doen als dat wij doen. Monaco doet het erg goed maar die hebben er ook erg veel geld voor over. La Rochelle aan de Franse westkust heeft iets dat het wel goed doet en verder weet ik niet echt veel. Het probleem is in Nederland ook verreweg het grootst. Ik heb nog wel eens studie liggen met wat voorbeeldprojecten uit Europa. In België zul je niet veel vinden, die zitten juist heel sterk naar ons te kijken. Het blijft een redelijk uniek concept en daarom krijgt het ook zoveel aandacht.

Hoe vindt u dat allemaal, al die aandacht? Valt het mee of tegen?

Nou als je kijkt dat we nog geen twee jaar operationeel zijn, is het natuurlijk geweldig. Het is enorm wat we allemaal bewerkstelligd hebben, dat is indrukwekkend. We zijn inmiddels wel met 30 steden in Nederland op de één of andere manier bezig, of in ieder geval in contact. In die zin valt het me ook wel weer tegen. Het is een enorme hoeveelheid werk, dat ik vooraf niet aan heb zien komen en niet verwacht had. Ik dacht gewoon leuk, kleinschalig, hier voor Nijmegen iets leuks te gaan doen. Maar het loopt nu allemaal geweldig van ons weg. We voelen ons ook steeds meer verantwoordelijk. Mijn hoofd, nog meer dan dat van Max Prudon, is natuurlijk helemaal verbonden met dit concept. Het is toch missionarissenwerk, ik vergelijk het daar ook vaak mee hoor. Door het verhaal te vertellen stappen mensen vanzelf over die lijn. Je moet mensen er niet overheen trekken. Dat had ik ook met die eerste winkeliers, waar we het al over gehad hebben. Een twijfelende winkelier is een potentieel ontevreden klant. Je moet mensen hebben die het geloven en zien en pas als men dat ook uitspreekt moet je ermee in zee gaan. Je moet niet aan een dood paard gaan zitten trekken, daar ga je die transitie niet mee bewerkstelligen. Daarna komt die massa vanzelf wel, dat zie je nu ook in Nijmegen.

Ook in andere steden die al wat verder zijn, Den Bosch, Arnhem en Maastricht, laten dit nu ook steeds meer zien. In Rotterdam doen zelfs al 80 winkeliers mee voordat we operationeel zijn, dat is een beetje uit de hand gelopen. Er is daar een partij die het graag wil doen, maar zij durven niet te beginnen zonder steun van de overheid. En daar is het wachten nu op, de ondernemer is altijd sneller dan de overheid.

Rotterdam lijkt me, als u het heeft over missionarissenwerk, een prachtig voorbeeld, als dergelijke steden ook een dergelijk concept beginnen?

Ja, dat is natuurlijk een andere orde van grote dan Nijmegen. Ze hebben er zelfs al een prijs mee gewonnen. Rotterdam heeft ook twee hele sterke echte ambtenaren die echt van aanpakken weten. Die stropen de mouwen op en gaan het gewoon doen. Die realiseren dat dit goed is voor de stad en een deel



van het probleem zal oplossen. Samenwerking is heel belangrijk. Sommige overheden stellen dat de markt het werk moet doen maar dan zeg ik nee, dat kan nooit alleen, de overheid moet ook meedoen. Anders ben je kansloos. Dat is ook nu het debat met de gemeente Utrecht, die moeten ook echt gaan meedoen wil het goed van de grond komen. In de Cargohopper zit vooral provinciegeld en de Bierboot is gewoon van de gemeente, maar dat weet eigenlijk niemand. Dat is niet verkeerd, maar dan vind ik het wel heel gemakkelijk van Utrecht om tegen een Binnenstadservice te zeggen: je moet het maar zelf doen. De Cargohopper is trouwens een concept dat niet echt in te passen is in het Binnenstadservice systeem omdat de wagentjes te klein zijn. Wij brengen ook grotere goederen en grotere hoeveelheden en dat zou met de Cargohopper lastig gaan. Je moet dan ook toch weer gaan splitsen in dozenleveringen en pallets en rolcontainers.

Tot slot vertelt mevrouw Hendriks nog over de Binnenstadservice leergang de komende maand waar ik aan mee zou kunnen doen.

Het gaat om twee keer twee dagen training. Eigenlijk is het niet voor studenten maar de opleiding voor mensen die ergens in het land met de Binnenstadservice bezig zijn, ofwel als klant, initiatiefnemer of wat dan ook. Dus als je nog meer wilt leren over het concept of hoe dat met het GUP zou kunnen matchen kun je aansluiten. Want die combi is natuurlijk heel interessant, je gaat tegen precies dezelfde hobbels aanlopen als waar wij tegenaan lopen.

Mevrouw Hendriks vertelt nog veel meer over deze leergang en zegt de nodige informatie erover op te sturen.



11.5 Enquête consumenten

- enquêteur - datum- 2010 - locatie

Enquête alleen afnemen als de voornaamste reden van het bezoek aan de Utrechtse binnenstad winkelen is.

1. Winkelgedrag

1. Hoe vaak bezoekt u de binnenstad van Utrecht om te winkelen?

..... per

2. Wat is de belangrijkste reden dat u vandaag in Utrecht bent komen winkelen?

- a) ik ga altijd in Utrecht winkelen
- b) sfeer en voorzieningen binnenstad
- c) winkelaanbod
- d) bereikbaarheid binnenstad per openbaar vervoer
- e) dichtstbijzijnde grote winkelcentrum / ik woon hier
- f) anders, namelijk

3. Wat is of was uw belangrijkste winkeldoel tijdens dit bezoek?

- a) bezoek aan meerdere winkels zonder doel (funshoppen)
- b) bezoek aan meerdere winkels met doel
- c) gericht bezoek aan één winkel

4. Heeft u of bent u van plan om tijdens dit bezoek iets te kopen wat lastig te vervoeren is, zoals een TV, een kast of een bed?

- a) ja, namelijk bij
- b) nee

Ik ga u nu een aantal stellingen voorleggen:

5. Als ik een TV ga kopen, doe ik dat liever niet in de binnenstad van Utrecht.

helemaal oneens – oneens – neutraal / geen mening – eens – helemaal eens

6. Als ik een TV ga kopen, kies ik voor de auto en parkeer ik zo dicht mogelijk bij de winkel.

helemaal oneens – oneens – neutraal / geen mening – eens – helemaal eens

7. Als ik een TV ga kopen, dan wil ik deze meteen uit de winkel mee kunnen nemen.

helemaal oneens – oneens – neutraal / geen mening – eens – helemaal eens



2. Reisgedrag

8. Met welk vervoermiddel bent u nu naar de binnenstad van Utrecht gekomen?

.....

9. Komt u altijd op deze manier naar Utrecht als u gaat winkelen?

- a) ja
- b) ja bijna altijd
- c) nee

Ik ga u nu een aantal stellingen voorleggen:

10. Als ik ergens naar toe ga om te winkelen, doe ik dat altijd op de voor mij snelst mogelijke manier.

helemaal oneens – oneens – neutraal / geen mening – eens – helemaal eens

11. Als ik ergens naar toe ga om te winkelen, doe ik dat altijd op de voor mij makkelijkste manier.

helemaal oneens – oneens – neutraal / geen mening – eens – helemaal eens

12. Als ik ergens naar toe ga om te winkelen, doe ik dat altijd op de voor mij goedkoopste manier.

helemaal oneens – oneens – neutraal / geen mening – eens – helemaal eens

13. Als een binnenstad ook met de trein goed te bereiken is, kies ik meestal toch voor de auto.

helemaal oneens – oneens – neutraal / geen mening – eens – helemaal eens

14. Als ik ga winkelen en van tevoren weet dat ik bijvoorbeeld een TV ga kopen, pas ik mijn reisgedrag daarop aan.

helemaal oneens – oneens – neutraal / geen mening – eens – helemaal eens

Doorgaan met 2.1 'autoreizigers' of 2.3 'niet-autoreizigers' -> ZIE ANTWOORD VRAAG 8



2.1 Autoreizigers

15. Wat is de voornaamste reden dat u met de auto naar de binnenstad bent gekomen?

- a) ik ga altijd met de auto als ik ga winkelen
- b) gemak
- c) aankopen in binnenstad
- d) snelheid
- e) kwaliteit alternatieven is beneden pijl
- f) anders, namelijk

Ik ga u nu een aantal stellingen voorleggen:

16. Ook als er goede alternatieven zijn, zoals goed OV of P+R-locaties, zal ik de auto altijd in de binnenstad blijven parkeren als ik ga winkelen.

helemaal oneens – oneens – neutraal / geen mening – eens – helemaal eens

17. De autobereikbaarheid of de parkeergelegenheid in de Utrechtse binnenstad beperkt mij goederen als een TV in de binnenstad te gaan kopen.

helemaal oneens – oneens – neutraal / geen mening – eens – helemaal eens

18. Stel dat ik een TV ga kopen in de binnenstad van Utrecht, dan zou ik het handiger vinden om deze op een beter bereikbare plaats op te halen.

helemaal oneens – oneens – neutraal / geen mening – eens – helemaal eens



2.2 Autoreizigers en P+R-locaties

19. Heeft u wel eens gebruik gemaakt van een P+R-locatie als u in Utrecht ging winkelen?

- a) ja
- b) nee

20. Wat zijn de belangrijkste redenen dat u nu geen gebruik maakt van de P+R-locaties?

- meerdere antwoorden mogelijk -

- a) ik weet niet waar ze zijn / dat komt niet in me op
- b) komt deze keer zo uit
- c) overstappen
- d) ik wil de auto in de buurt hebben
- e) te duur
- f) anders, namelijk

21. Bent u bereid om, als de voorzieningen meer op uw wensen aan zouden sluiten, meer gebruik van P+R-locaties te maken?

- a) zeker wel
- b) waarschijnlijk wel
- c) neutraal / geen mening
- d) waarschijnlijk niet, omdat
- e) zeker niet, omdat

22. Stel er is een P+R-locatie aan de rand van de stad, met goed OV richting de binnenstad en een afhaalpunt waar u uw in de binnenstad gekochte TV kunt ophalen. Overweegt u dan om die P+R-locatie te gaan gebruiken.

- a) zeker wel
- b) waarschijnlijk wel
- c) neutraal / geen mening
- d) waarschijnlijk niet, omdat
- e) zeker niet, omdat

Door naar 3. 'persoonskenmerken'



2.3 Niet-autoreizigers

23. Wat is de voornaamste reden dat u op deze manier naar Utrecht bent gekomen?

- a) ik ga nooit met de auto/ heb geen auto
- b) gemak
- c) dat is het snelst
- d) bereikbaarheid met de auto of parkeergelegenheden in de binnenstad
- e) kosten
- f) anders, namelijk

Ik ga u nu een aantal stellingen voorleggen:

24. Als ik niet met de auto in de binnenstad ben, koop ik minder.

helemaal oneens – oneens – neutraal / geen mening – eens – helemaal eens

25. Als ik zaken als een TV ga kopen, ga ik altijd met de auto

helemaal oneens – oneens – neutraal / geen mening – eens – helemaal eens

26. Stel dat ik een TV ga kopen in de binnenstad van Utrecht, dan zou ik het handiger vinden om deze op een beter bereikbare plaats op te halen.

helemaal oneens – oneens – neutraal / geen mening – eens – helemaal eens

27. Reist u via een P+R locatie?

- a) ja, namelijk **-> door naar 2.4 'P+R-gebruikers'**
- b) nee **-> door naar vraag 28**

28. Stel er is een P+R-locatie aan de rand van de stad, met goed OV richting de binnenstad en een afhaalpunt waar u uw in de binnenstad gekochte TV kunt ophalen. Overweegt u dan om die P+R-locatie te gaan gebruiken.

- a) zeker wel
- b) waarschijnlijk wel
- c) neutraal / geen mening
- d) waarschijnlijk niet, omdat
- e) zeker niet, omdat

Door naar 3. 'persoonskenmerken'



2.4 P+R-gebruikers

29. Wat zijn de voornaamste redenen dat u gebruik maakt van de P+R-locatie?

- meerdere antwoorden mogelijk -

- a) gemak
- b) bereikbaarheid binnenstad met de auto of parkeergelegenheden in de binnenstad
- c) prijs
- d) kwaliteit OV
- e) kwaliteit voorzieningen op P+R-locatie
- f) anders, namelijk

30. Maakt u, als u gaat winkelen in de binnenstad van Utrecht, altijd gebruik van de P+R-locatie?

- a) ja
- b) nee, maar wel vaak
- c) nee, vrijwel nooit

Ik ga u nu een aantal stellingen voorleggen:

31. Op de P+R-locatie vind ik alles wat ik nodig heb.

helemaal oneens – oneens – neutraal / geen mening – eens – helemaal eens

32. Ik ben tevreden over het OV tussen de P+R-locatie en de binnenstad.

helemaal oneens – oneens – neutraal / geen mening – eens – helemaal eens

33. Heeft u suggesties voor verbetering van de P+R-locatie?

- a) ja, namelijk
- b) nee

34. Stel u gaat nu in de binnenstad een TV kopen, zou u dan ook gebruik maken van een P+R-locatie?

- a) zeker wel
- b) waarschijnlijk wel
- c) neutraal / geen mening
- d) waarschijnlijk niet, omdat
- e) zeker niet, omdat

35. Stel er is een P+R-locatie aan de rand van de stad, met goed OV richting de binnenstad en een afhaalpunt waar u uw in de binnenstad gekochte TV kunt ophalen. Overweegt u dan om die P+R-locatie te gaan gebruiken.

- a) zeker wel
- b) waarschijnlijk wel
- c) neutraal / geen mening
- d) waarschijnlijk niet, omdat
- e) zeker niet, omdat



3. Persoonskenmerken

36. Bent u zelf in het bezit van een auto?

- a) ja
- b) nee

37. Maakt u wel eens gebruik van internetwinkelen of thuisbezorging?

- a) ja altijd
- b) ja vaak
- c) zo nu en dan
- d) nee

38. Wat zijn de vier cijfers van de postcode van uw woonadres?

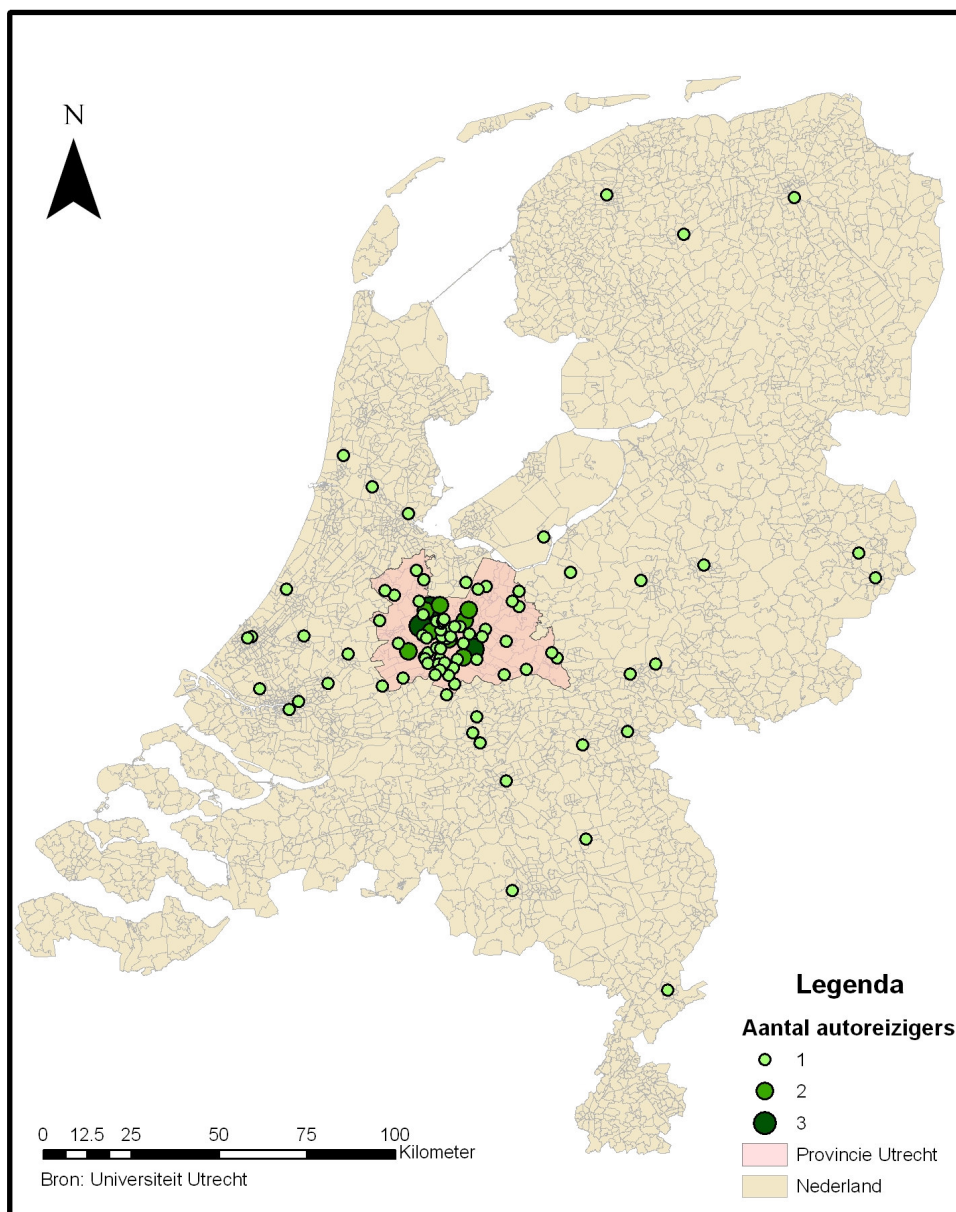
.....

39. Wat is uw leeftijd?

- a) man, jaar
- b) vrouw, jaar

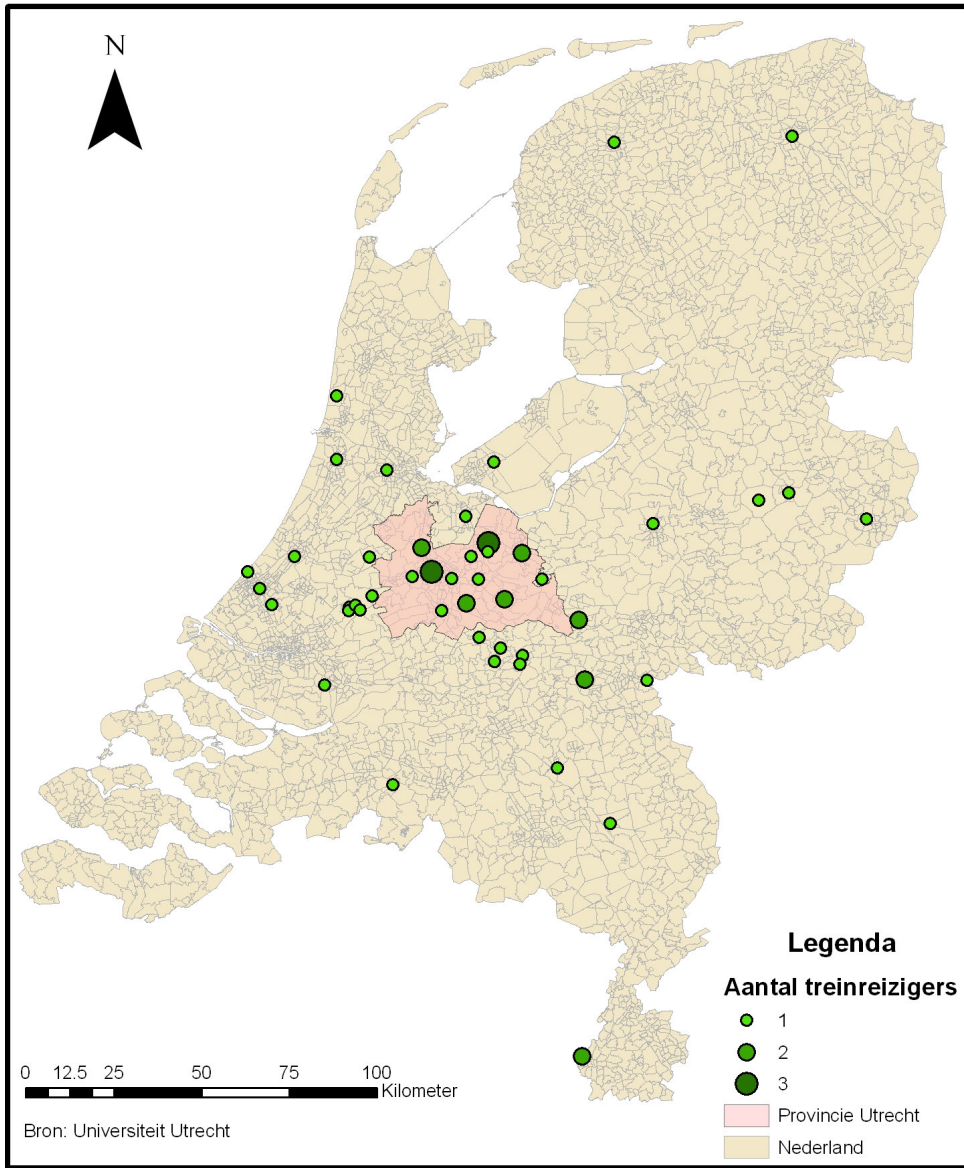


11.6 Kaarten



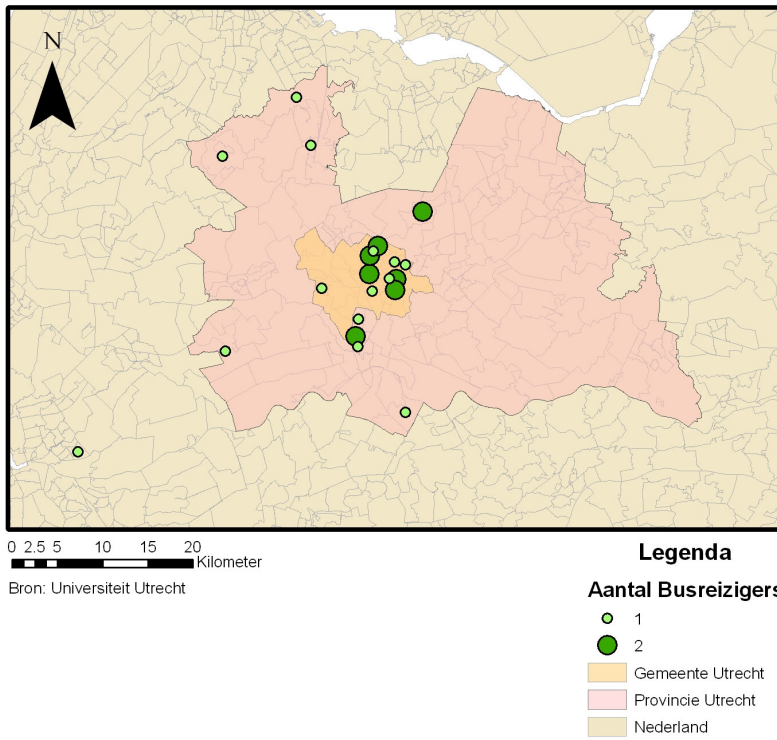
Kaart 11.1: Herkomst autoreizigers per postcodegebied, 2010



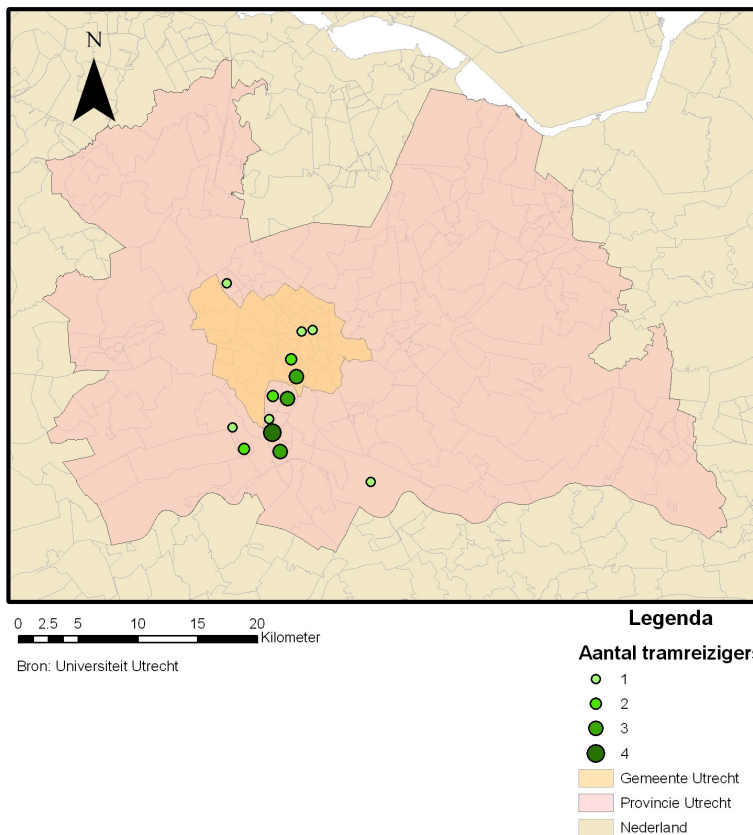


Kaart 11.2: Herkomst treinreizigers per postcodegebied, 2010



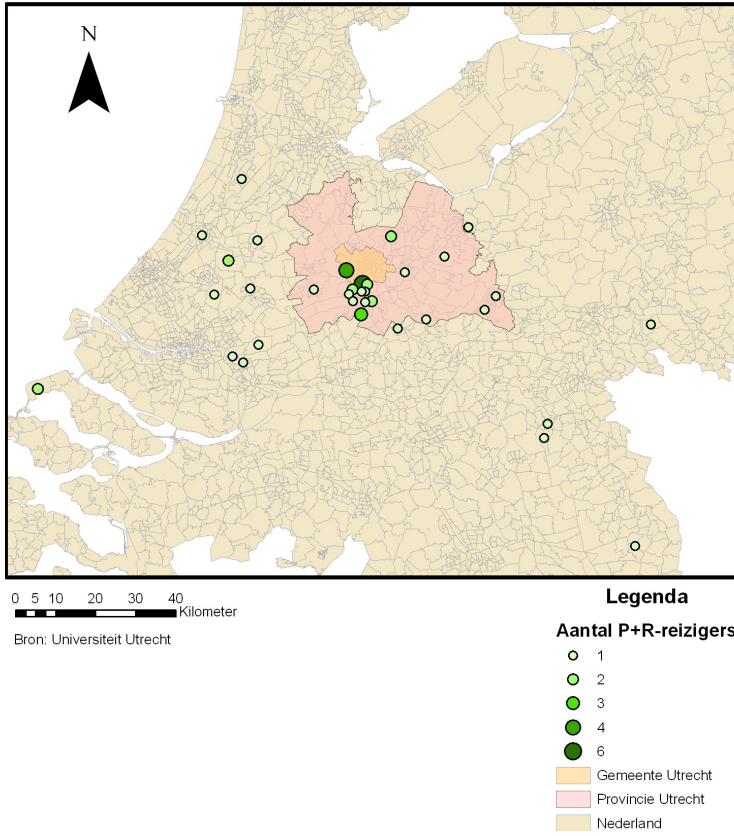


Kaart 11.3: Herkomst busreizigers per postcodegebied, 2010

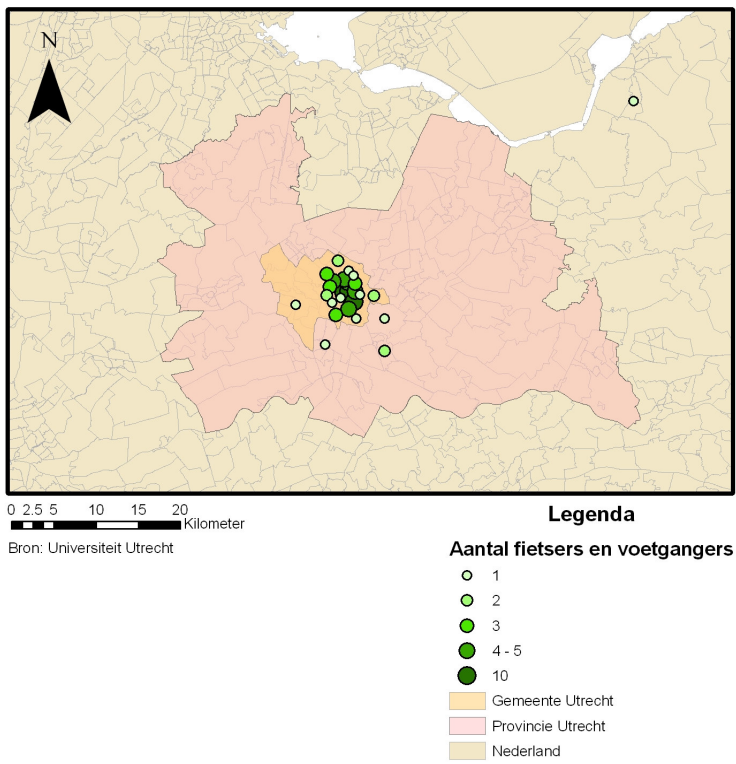


Kaart 11.4: Herkomst tramreizigers per postcodegebied, 2010





Kaart 11.5: Herkomst P+R-reizigers per postcodegebied, 2010



Kaart 11.6: Herkomst fietsers en voetgangers per postcodegebied, 2010



11.7 Statistische toetsing

		TV kopen, liever niet in de binnenstad	TV kopen, met auto en parkeren dicht bij winkel	TV kopen, meteen uit winkel meenemen
Tv kopen, liever niet in de binnenstad	Pearson Correlation	1	0,361(**)	-0,022
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,672
	N	365	365	365
Tv kopen, met auto en parkeren dicht bij winkel	Pearson Correlation	0,361(**)	1	0,382(**)
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000
	N	365	365	365
Tv kopen, meteen uit winkel meenemen	Pearson Correlation	-0,022	0,382(**)	1
	Sig. (2-tailed)	0,672	0,000	
	N	365	365	365

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

Correlatiematrix 11.7: Winkelgedrag

		Snelste manier naar winkel	Gemakkelijkste manier naar winkel	Goedkoopste manier naar winkel	Goed bereikbaar per trein, toch de auto	TV kopen, reisgedrag aanpassen
Snelste manier naar winkel	Pearson Corr.	1	0,336(**)	0,152(**)	0,181(**)	0,022
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,004	0,001	0,674
	N	365	365	365	365	365
Gemakkelijkste manier naar winkel	Pearson Corr.	0,336(**)	1	0,054	0,109(*)	0,004
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,303	0,038	0,934
	N	365	365	365	365	365
Goedkoopste manier naar winkel	Pearson Corr.	0,152(**)	0,054	1	-0,177(**)	0,107(*)
	Sig. (2-tailed)	0,004	0,303		0,001	0,041
	N	365	365	365	365	365
Goed bereikbaar per trein, toch de auto	Pearson Corr.	0,181(**)	0,109(*)	-0,177(**)	1	-0,246(**)
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,038	0,001		0,000
	N	365	365	365	365	365
Tv kopen, reisgedrag aanpassen	Pearson Corr.	0,022	0,004	0,107(*)	-0,246(**)	1
	Sig. (2-tailed)	0,674	0,934	0,041	0,000	
	N	365	365	365	365	365

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

Correlatiematrix 11.8: Reisgedrag





Colofon

© XTNT EXPERTS IN TRAFFIC AND TRANSPORT | Utrecht 2010

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt worden door middel van druk, scan, fotokopie of op welke wijze dan ook, zonder voorafgaande toestemming van XTNT.

Titel	Goederenuitleverpunten de oplossing voor binnenstedelijke problemen? Afstudeeronderzoek
Samengesteld door	Jasper de Vries
Projectnaam	Stage GUP's Jasper
Projectnummer	A422
Datum	28 juli 2010
Bestandsnaam	P:\2009\A422 Stage GUP's Jasper
Contactadres voor deze publicatie	XTNT Experts in Traffic and Transport St. Jacobsstraat 16 Postbus 51 3500 AB UTRECHT

Gaan waar anderen niet gaan

XTNT Experts in Traffic and Transport is een ambitieus adviesbureau, dat opereert op het brede terrein van verkeer en vervoer. Wij geven inhoudelijk advies en begeleiden het proces om tot dat advies te komen. Het liefst doen wij dat in een bestuurlijk en/of maatschappelijk bewogen omgeving, zodat onze kennis en vaardigheden op het gebied van communicatie volledig tot hun recht komen.

Onze adviseurs gaan voor uitmuntende service en topkwaliteit. Zij zijn oprecht geïnteresseerd in mensen en durven te gaan waar anderen niet gaan. Een spraakmakende en vernieuwende aanpak heeft voor hen de voorkeur boven de platgetreden paden.

Door met u een partnership te vormen, komen wij gezamenlijk tot het gewenste resultaat. Wat dat resultaat is, spreken wij af bij de start van het project. Wij visualiseren dit in de vorm van het waardebod. Uw feedback op onze prestaties en onze manier van werken zien wij als kansen om onze dienstverlening te verbeteren.