

Hoe de belevingswereld van de klant verbonden kan worden met de drinkwaterinfrastructuur

Carolien Koopman, Rian Kloosterman, Miriam Haukes (Vitens), Stijn Brouwer (KWR Watercycle Research Institute)

Uit eerder onderzoek is naar voren gekomen dat ‘dé drinkwaterklant’ niet bestaat. Er kan onderscheid worden gemaakt tussen vier klantprofielen. Op grond van de wensen, voorkeuren en verwachtingen van deze vier profielen is onderzoek gedaan hoe het drinkwaterbedrijf hieraan tegemoet kan komen wat betreft de drinkwaterinfrastructuur. De door een expertgroep ontwikkelde inzichten zijn vertaald naar de mogelijkheden in de bedrijfsvoering van het waterbedrijf, voor nu en voor de komende 25 jaar.

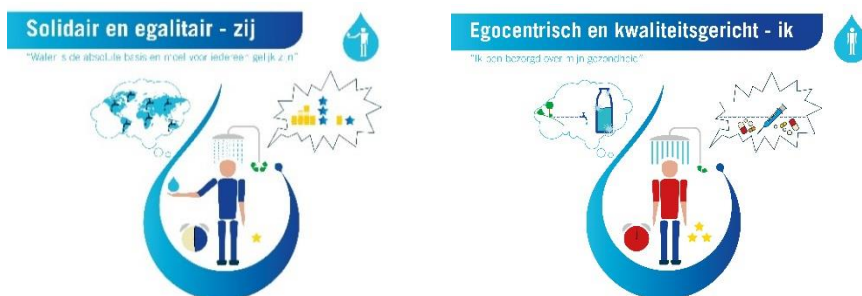
Drinkwaterbedrijven streven ernaar hun klant steeds beter te leren kennen en met deze kennis onder andere de communicatie met de klanten te verbeteren (*customer excellence*). In lijn met dit streven is in recent onderzoek de belevingswereld van de drinkwaterklant in beeld gebracht [1], [2], waarbij ook de betalingsbereidheid van de drinkwaterklant is onderzocht [3]. Hoe kan deze vergaarde kennis nu worden gebruikt om een infrastructuur in te richten, die in het verlengde van de klantwensen ligt? Dit artikel gaat in op de wijze waarop drinkwaterbedrijf Vitens inzichten over de beleving van de drinkwaterklant gebruikt op het gebied van infrastructuur en de langetermijnvisie voor deze infrastructuur.

Onderzoek

Recent gezamenlijk onderzoek van KWR Watercycle Research Institute en Vitens naar de beleving van drinkwaterklanten heeft geresulteerd in nieuwe kennis over de wensen en verwachtingen van de klant. Zo is de subjectieve belevingswereld van klanten in kaart gebracht met een focus op de toekomst (in plaats van het analyseren van percepties over reeds geleverde diensten en/of het huidige imago). Ook is expliciet het idee van ‘de gemiddelde drinkwaterklant’ losgelaten. Voor een beter begrip van de subjectieve belevingswereld van klanten is een scala aan zowel kwalitatieve als kwantitatieve onderzoekstechnieken ingezet, inclusief interviews, focusgroepen, de Q-methodologie en een kwantitatieve vragenlijst. Gezien het belang en tegelijkertijd de onbekendheid van de wensen en behoeften van gewone burgers lag de focus van het onderzoek op de huishoudelijke klant.

De belevingswerelden van drinkwaterklanten zijn zelfs zo divers dat ze bij een eerder onderzoek zijn ingedeeld in vier verschillende klantperspectieven [2]. Zo is er een groep klanten die zich kenmerkt door een solidaire betrokkenheid en zorg voor de ander. Deze klanten vallen onder het profiel ‘egalitair & solidair’, oftewel het ‘zij’-perspectief. Een andere groep klanten toont vooral eerst betrokkenheid bij het milieu en kenmerkt zich door geloof in de kracht van het individu. Deze groep klanten wordt aangeduid met het profiel ‘bewust & betrokken’ oftewel het ‘wij’-perspectief. Een derde groep klanten valt onder het ‘egocentrische & kwaliteitsgerichte’ oftewel het ‘ik’-perspectief. Zij worden gekenmerkt door een primaire zorg om de kwaliteit van water in relatie tot hun eigen gezondheid. Tot slot is er een groep klanten die vooral het liefst ontzorgd wil worden. Deze klanten vallen binnen het profiel ‘nuchter & vol vertrouwen’ oftewel het ‘jullie’-perspectief.

Om deze kennis te vertalen naar concrete handelingsopties zijn de ontwikkelde klantperspectieven allereerst besproken tijdens een interactieve werksessie met specialisten op het gebied van de infrastructuur van KWR en het drinkwaterbedrijf. Welke handvatten zijn nu te distilleren uit de resultaten van dit onderzoek om de infrastructuur in het assetmanagementproces zo in te richten dat de klanttevredenheid toeneemt? Aan de specialisten werd de vraag gesteld welke mogelijkheden zij kunnen benoemen om de infrastructuur beter in te richten op de wensen van de klanten, de zogenoemde handelingsopties.



Afbeeldingen 1 en 2. Klantperspectieven 'zij' en 'ik'

Van klantperspectieven naar handelingsopties

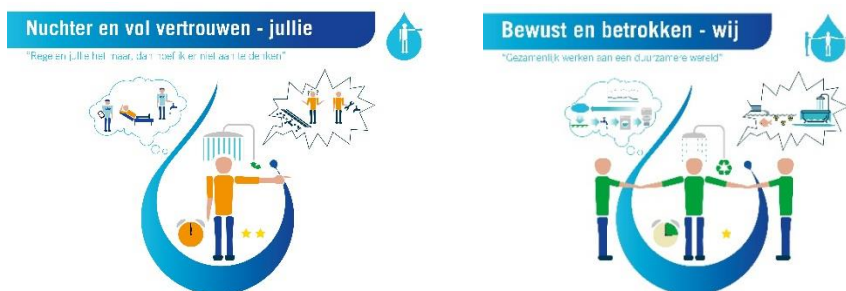
Handelingsopties 'Solidair en Egalitair' (het 'zij'-perspectief)

Betrokkenheid en zorg voor de ander kenmerken de drinkwaterklant in dit perspectief. Alle handelingsopties die tijdens de werksessie werden geïdentificeerd binnen dit perspectief, zijn gericht op het thema 'optimaliseren van de maatschappelijke rol van water'. Met name het veranderen van de tariefstructuur kwam hierbij naar voren als mogelijkheid om aan de wensen van deze groep klanten te voldoen. De suggesties varieerden van het opzetten van een sociaal waterfonds tot het wijzigen van de tarieven: wie veel verbruikt betaalt meer per kubieke meter. De publieke nutsfunctie van het drinkwaterbedrijf werd onderschreven, inclusief de noodzaak van beschikbaarheid van drinkwater voor iedereen: een eerlijke(re) verdeling van water, niet alleen in Nederland maar over de hele wereld.

Handelingsopties 'Egocentrisch en Kwaliteitsgericht' (het 'ik'-perspectief)

Veiligheid van water en van de bronnen is voor deze groep klanten van het grootste belang. Op de zorgen van deze klant kan het drinkwaterbedrijf op meerdere manieren anticiperen. De zorg over de kwaliteit van het drinkwater thuis kan worden bediend door het aanbieden van *point-of-use*-applicaties voor thuis (zuivering, kwaliteitssensor bij de watermeter of het tappunt), waarbij de klant kan zuiveren tot een voor zijn of haar eigen gevoel 'veilig' niveau.

De veiligheid van de bronnen, die overigens bij meer perspectieven ter sprake kwam, kan worden verhoogd door het verplaatsen van de bronnen van stedelijk/industriële gebied naar een meer natuurlijke omgeving. Een interactieve display met daarop de informatie over waterkwaliteit en mogelijke storingen zou een welkome aanvulling voor deze klant zijn. Hiermee wordt ook tegemoet gekomen aan de vraag van deze klantgroep naar meer communicatie over de kwaliteit van het drinkwater.



Afbeeldingen 3 en 4. Klantperspectieven 'jullie' en 'wij'

Handelingsopties 'Nuchter & Vol Vertrouwen' (het 'jullie'-perspectief)

Deze groep klanten is heel tevreden met de huidige wijze waarop het drinkwaterbedrijf functioneert en zijn nutsfunctie uitoefent. Wel wenst ook deze groep goede prestaties en kwalitatief goed water, waarbij verwacht wordt dat het waterbedrijf steeds nieuwe en betere technologieën inzet. Risicomijdend is deze groep klanten ook: geen afvalwater als bron voor drinkwater (ook niet als de techniek dit mogelijk maakt) en altijd en overal drinkwater, ook onder extreme omstandigheden. Een nieuw tarievenstelsel of een sociaal fonds is eveneens voor deze groep een optie omdat iedereen immers recht heeft op schoon drinkwater.

Handelingsopties 'Bewust & Betrokken' (het 'wij'-perspectief)

Duurzaamheid staat bij dit klantprofiel hoog in het vaandel. Het drinkwaterbedrijf kan tegemoetkomen aan deze wens door onder meer het gebruik van duurzame energie in het productie- en distributieproces. Drukverlaging is een optie, mits dit geen effect heeft op de kwaliteit van het drinkwater. Het sluiten van de waterketen en hergebruik van water (voor bijvoorbeeld toilet of tuin) worden eveneens genoemd door het expertteam. Een wijziging van het tarievenstelsel is ook hier een mogelijkheid; de achterliggende reden is voor dit klantperspectief het verminderen van het waterverbruik. De mogelijkheid om water te winnen op plaatsen met een gunstig neveneffect (bijvoorbeeld om wateroverlast in een stad te beperken) geeft een andere wending aan de voorkeur van de andere klantperspectieven voor een duurzame, natuurlijke bron.

Oplossingsrichtingen

Nu de mogelijkheden gericht op het tegemoetkomen aan de wensen, zorgen en behoeften van de verschillende perspectieven zijn benoemd, wordt op dit moment gezocht naar kansen voor concrete doorvertalingen. Te beginnen met oplossingen die in meerdere perspectieven terugkomen.

De maatschappelijke component wordt benadrukt door de wens dat drinkwater altijd en overal beschikbaar moet zijn. Het verder uitrollen van het initiatief 'kraanwater overal en altijd beschikbaar' met openbare tappunten ('Join the Pipe') wordt vanuit alle vier de perspectieven ondersteund. Het waterleidingbedrijf heeft daarnaast de wettelijke plicht om iedereen op het drinkwaternet aan te sluiten. Leveringszekerheid is een van Vitens' topprioriteiten. Momenteel wordt onderzocht hoe deze leveringszekerheid nog beter kan worden ingevuld dan nu al wettelijk verplicht is.

De kwaliteit van de bronnen waar het water gewonnen wordt, wordt door de klantgroepen als erg belangrijk gezien. De huidige keuze van het drinkwaterbedrijf voor zo schoon mogelijke bronnen en een bijpassende zuivering, een dubbele barrière, wordt hiermee onderschreven. Ook de keuze voor

schoon grondwater sluit aan bij deze perspectieven. Risico's op mogelijke verontreinigingen worden hierdoor ook zoveel mogelijk vermeden.

De roep om meer transparantie en communicatie is er een waar al meer dan voorheen opvolging aan wordt gegeven. Op de site van het drinkwaterbedrijf is informatie over de kwaliteit van het drinkwater per productielocatie te vinden. Momenteel wordt onderzocht hoe de informatie te verbeteren met behulp van bijvoorbeeld de nieuwe datavoorziening (sensoren) en sociale media.

De onderwerpen duurzaamheid en energiebesparing zien we terug op verschillende terreinen in de bedrijfsvoering. Bijvoorbeeld bij het inpassen van winningen in de omgeving waarbij het ruimtebeslag niet groter dan noodzakelijk is, het hergebruik van materiaal dat vrijkomt bij de waterzuivering, het gebruik van groene energie en zo mogelijk ook het terugwinnen van energie in het proces. Het sluiten van de waterketen wordt hierin niet meegenomen, in verband met gewenste kwaliteit van de schone bron (bij de risicomijdende klanten). Hiertoe bestaat vooralsnog ook geen directe noodzaak omdat er voldoende schone alternatieven, zoals grond- en oppervlaktewater, beschikbaar zijn in Nederland. Waterverlies wordt zo veel mogelijk voorkomen in het productie- en distributieproces. In overleg met onze stakeholders zoeken we verder naar mogelijkheden om waterbesparing verder uit te breiden.

In alle perspectieven komt het aanpassen van de tariefstructuur naar voren, zij het vanuit verschillende invalshoeken. De ideeën voor tariefwijzigingen, samenhangend met de vier perspectieven, verschillen van een progressief tot een sociaal tarief en een tarief gekoppeld aan de drinkwaterkwaliteit. De verschillen zijn dusdanig dat dit vooralsnog niet tot aanpassingen in de tariefstructuur zal leiden. In de huidige tariefstructuur zijn alle vier de perspectieven enigszins vertegenwoordigd.

Langetermijnvisie

Iedere vier jaar herijkt Vitens de langetermijnvisie op haar infrastructuur om ook in de toekomst (voor een periode van 25 jaar, tot en met 2040) adequaat op de verwachte veranderingen in de maatschappij, en daarmee mogelijk op de infrastructuur, in te kunnen spelen. Daarbij is onder andere gebruik gemaakt van de inzichten uit de klantperspectieven en de benoemde handelingsopties. De verschillen in de eisen die klanten aan de kwaliteit stellen zijn het grootst tussen de perspectieven 'wij' en 'ik'. Daarom zijn deze twee uitersten gebruikt om mogelijke toekomstbeelden te beschrijven. De ideeën van de 'ik'-klant zijn gebruikt om het toekomstbeeld 'natuurlijk water' te beschrijven en de ideeën van de 'wij'-klant komen terug in het toekomstbeeld 'circulair water'.

Deze twee beelden zijn beschreven voor een groeiende en een afnemende watervraag, zodat er in totaal vier toekomstbeelden zijn. Op basis van deze vier toekomstbeelden zijn mogelijke oplossingen voor de drinkwaterinfrastructuur ontwikkeld. In het circulaire toekomstbeeld worden andere (minder schone) bronnen gebruikt op diverse schaalniveaus, dat wil zeggen van een lokale bron tot een grootschalige oppervlaktewinning, en wordt meer gebruik gemaakt van (eventueel nieuw aan te leggen) transportinfrastructuur. Bij natuurlijk water worden bestaande en nieuwe concepten gebruikt om zo schoon mogelijk grondwater te winnen. Mogelijkheden waaraan wordt gedacht zijn slimmer water winnen, oppervlaktewater infiltreren en kwelwater en/of brak water benutten. Tevens wordt onderzocht of goed beschermde watervoerende pakketten (onder een dikke kleilaag) en water van de stuwwal (natuurlijke gebieden) tot de mogelijkheden behoren.

Bij de selectie van de mogelijke oplossingen is gebruik gemaakt van mogelijke onzekerheden of risico's die kunnen optreden. Hiervoor zijn 8 verschillende risico's benoemd. Deze zijn opgesomd in de onderstaande tabel.

Tabel 1. Risicotabel.

Risico's	
Betrouwbaarheid	Afname beschikbaarheid van de bron
	Kwaliteitsverslechtering van de bron
	Strengere eisen aan milieuvreemde stoffen in de bron
	Beschikbaarheid van de bron niet toereikend om snelle en/of grote vraagtoename op te vangen
	Transportinfrastructuur niet toereikend om snelle en/of grote verandering in vraag en aanbod op te vangen
	Toename ecologisch-ruimtelijke conflicten (o.a. verdroging)
	Toename economisch-ruimtelijke conflicten (o.a. energietransitie)
	Externe verstoringen (o.a. natuurrampen en terroristische dreigingen)

De infrastructuur moet de veerkracht hebben om met deze risico's om te kunnen gaan. In een interne prioritering hebben de risico's die samenhangen met betrouwbaarheid de hoogste prioriteit gekregen. Deze zijn verder uitgewerkt op basis van de concepten 'robuust' en 'flexibel'.

De verwachting is dat er op de lange termijn nog altijd een basishoeveelheid drinkwater moet worden geleverd. Daarom is een robuuste basisinfrastructuur nodig met een lange levensduur. Ook moet de infrastructuur flexibel(er) zijn, zodat deze zich snel aan de veranderende omgeving kan aanpassen (door bijvoorbeeld ringstructuren aan te leggen).

Conclusie

Het onderzoek naar de klantperspectieven en de doorvertaling daarvan naar de infrastructuur zijn van grote waarde gebleken voor de langetermijnvisie. In de langetermijnvisie is de focus verder ontwikkeld en hierdoor zijn beter onderbouwde keuzes gemaakt. Dit zien we onder meer terug in de toekomstige scenario's die betrekking hebben op veranderingen in de vraag naar en kwaliteit van drinkwater en die gebaseerd zijn op de 'ik'- en 'wij'-perspectieven, omdat hiermee de meest extreme ontwikkelingen beschreven kunnen worden. De ambitie is om ook in de communicatie met klanten voort te bouwen op de inzichten van de belevingswereld van de drinkwaterklant. Hoe en in welke vorm is echter nog niet vastgesteld.

Referenties

1. Brouwer, S. & Pieron, M. (2015), Burgers in relatie tot hun kraanwater: belang versus belangstelling. In: H2O-Online, 10 december 2015, <http://vakbladh2o.nl/index.php/h2o-online/recente-artikelen/entry/burgers-in-relatie-tot-hun-kraanwater-belang-versus-belangstelling>
2. Pieron, M., Brouwer, S., Kloosterman, R., Koopman, C. (2016), *De belevingswereld van de drinkwaterklant in perspectief*. H2O-Online, 30 maart 2016, <http://vakbladh2o.nl/index.php/h2o-online/recente-artikelen/entry/de-belevingswereld-van-de-drinkwaterklant-in-perspectief>
3. Brouwer, S., Sjerps, R., Kloosterman, R., Koopman, C. (2016), *De waarde van klantonderzoek: een studie naar de betalingsbereidheid van drinkwaterklanten*. H2O-Online, 22 juli 2016, <http://vakbladh2o.nl/index.php/h2o-online/recente-artikelen/entry/de-waarde-van-klantonderzoek-een-studie-naar-de-betalingsbereidheid-van-drinkwaterklanten>