



2015

Martijn Bentum

Consumentenkeuze voor een parkeerprovider

Een onderzoek naar de reden van een consument om te kiezen voor het gebruik van parkeerproviders en de redenen achter de keuze voor een specifieke parkeerprovider.

Windesheim 



Martijn Bentum
S1051943
Hogeschool Windesheim

Consumentenkeuze voor een parkeerprovider

Een onderzoek naar de redenen van een consument om te kiezen voor het gebruik van parkeerproviders en de redenen achter de keuze voor een specifieke parkeerprovider.

Auteur: Martijn Bentum

Studentnummer: S1051943

Onderwijseenheid: Toegepast Onderzoek Mobiliteit

VOE-code: BT.TOM.V14

Docenten: A. Gijsman & M. Popkema

Opleiding: Mobiliteit

School: Hogeschool Windesheim Zwolle

Versie : 2.0

Status: Definitief

Datum: 23 januari 2015

Plaats: Zwolle

Voorwoord

Steeds meer betalingen van parkeergelden gebeuren via zogenaamde parkeerproviders. Dit zijn diensten die via applicaties op een smartphone een mogelijkheid bieden om parkeergelden te voldoen. In het kader van de onderwijseenheid Toegepast Onderzoek Mobiliteit van de opleiding Mobiliteit aan de Hogeschool Windesheim te Zwolle heb ik, Martijn Bentum, een onderzoek uitgevoerd naar deze parkeerproviders. Via het SHPV¹ is uiteindelijk bij mij de vraag gekomen om te onderzoeken wat nu de beweegredenen van consumenten zijn om te kiezen voor een bepaalde parkeerprovider.

Het onderzoek dat ik heb uitgevoerd met de uitgebreide steun van Naomi Woestenenk van Denion/SHPV heeft uiteindelijk geleid tot het document wat nu voor u ligt. Het grootste deel van het onderzoek bestond uit het afnemen van enquêtes onder gebruikers van parkeerproviders. Uiteindelijk is uit deze enquêtes naar voren gekomen wat de voornaamste reden van consumenten is om te kiezen voor een bepaalde parkeerprovider.

Ik wil Marcus Popkema als begeleider vanuit school bedanken voor de begeleiding tijdens het onderzoek. Ook wil ik Naomi Woestenenk bedanken voor het aanspreken van haar contacten voor het uitzetten van het onderzoek en de actieve begeleiding en interesse in het onderzoek. Ik heb dit onderzoek als zeer interessant en uitdagend ervaren en vond het bovendien zeer leerzaam.

Zwolle, 23 januari 2015

Martijn Bentum

¹ Servicehuis Parkeer- en Verblijfsrechten: Organisatie die als tussenpersoon tussen parkeerbedrijven en gemeenten actief is en zorg draagt voor de parkeerrechtendatabase en de transactie afhandeling voor deelnemers. www.shpv.nl

Samenvatting

Sinds de opkomst van de mobiele telefoon en nog meer sinds de opkomst van de smartphone zijn er enorm veel diensten ontwikkeld die gebruik maken van deze kanalen. Zo zijn ook diensten ontwikkeld waarmee betalingen van parkeergelden kunnen worden voldaan. Het idee is dat consumenten niet meer naar een parkeerautomaat hoeven te lopen om te betalen en dat de handeling zo eenvoudig mogelijk wordt gemaakt. In Nederland zijn op dit moment acht parkeerproviders actief die allemaal een parkeerbetaaldienst aanbieden, echter allemaal op verschillende wijze. De parkeerproviders verschillen van elkaar qua kosten, omvang van het parkeernetwerk en van de service die ze bieden. Het is echter niet duidelijk waar de consument de meeste waarde aan hecht en waarom de consument dus kiest voor een bepaalde parkeerprovider.

Onderzoek

Het onderzoek dat is uitgevoerd heeft zich gericht op de bovengenoemde drie aspecten; kosten, netwerk en service. Door allereerst bij de aanbieders van de diensten op gesprek te gaan werd bekend hoe de aanbieders er zelf tegen aankijken. In principe zijn er twee aanbieders van de dienst, de parkeerprovider die de dienst onderhoudt en ook de gemeenten waar het mobiel parkeren wordt aangeboden. Uit een gesprek met de gemeenten bleek dat zij nog behoorlijke kansen zagen en vonden dat het systeem vele voordelen met zich meebrengt. Dit zijn niet alleen voordelen voor de consument maar ook voordelen voor de gemeenten die het mobiel parkeren invoeren. Het draagt bijvoorbeeld bij aan de digitalisering en zorgt ervoor dat geen muntgeld meer nodig is in parkeerautomaten.

Ook vanuit de parkeerprovider zelf worden nog volop kansen gezien. Volgens hen is het voor iedere middelgrote stad goed om mobiel parkeren in te voeren. Zij geven als reden waarom een consument mobiel gaat parkeren aan dat het de consument vooral gaat om gemak en vervolgens zo laag mogelijke kosten. Wel is het zo dat wanneer een consument er meer voor terug krijgt ze bereid zijn meer te betalen. Naast interviews met de parkeerproviders en gemeenten zijn er enquêtes afgenomen onder gebruikers van de diensten die parkeerproviders aanbieden.

Resultaten

Uiteindelijk zijn er 65 personen geweest die de enquête hebben ingevuld, dit zijn minder dan vooraf werd gehoopt en wat is vastgesteld als te behalen aantal ten behoeve van de representativiteit. Dit neemt niet weg dat de enquêtes zoals deze zijn ingevuld een goed beeld geven van waarom consumenten kiezen voor een bepaalde parkeerprovider en voor het gebruik maken van een parkeerprovider in het algemeen. In de enquêtes is ook een onderscheid gemaakt tussen de drie categorieën; kosten, netwerk en service.

De vragen gingen in op de kosten, het netwerk en de service. Het bleek uiteindelijk dat de gemeenten en parkeerproviders een goede indruk hadden van de redenen van de consumenten. De geënquêteerden gaven aan dat de reden om te kiezen voor het gebruik van een parkeerprovider inderdaad te maken heeft met het gemak wat het met zich meebrengt. De keuze voor een bepaalde parkeerprovider hangt af van de service die in

de applicatie aangeboden wordt, het bedieningsgemak ten opzichte van de kosten die het met zich meebrengt.

Conclusies

Het onderzoek lijkt te bevestigen wat de vertegenwoordigers van parkeerproviders en gemeenten al dachten. Echter is het te voorbarig om te stellen dat het ook daadwerkelijk zo is, dit heeft te maken met het aantal enquêtes wat uiteindelijk is ingevuld. Dat aantal ligt te laag om te stellen dat het onderzoek representatief is voor de gehele groep gebruikers. Toch geeft het een goed beeld van de keuzemotieven van de gebruikers aangezien uit de interviews ook dezelfde motieven naar voren kwamen. Om daadwerkelijk vast te stellen of de redenen voor de gehele groep tellen is het van belang om met alle parkeerproviders een onderzoek uit te zetten. Dan doet iedere parkeerprovider mee en worden van alle parkeerproviders ook respondenten benaderd

Inhoud

1. Inleiding.....	9
1.1 Aanleiding.....	9
1.2 Procesbeschrijving.....	10
1.3 Opdrachtgever.....	11
1.4 Leeswijzer	11
2. Projectbeschrijving	12
2.1 Probleembeschrijving	12
2.2 Doelstelling	12
2.3 Vraagstelling	13
3. Methode	14
3.1 Vooronderzoek.....	14
3.2 Instrumenten	14
3.2.1 Enquêtes.....	15
3.2.2 Interviews.....	15
3.3 Procedure.....	16
4. Resultaten.....	17
4.1 Literatuuronderzoek	17
4.1.1 Kosten.....	17
4.1.2 Netwerk.....	18
4.1.3 Service.....	19
4.2 Interviews.....	21
4.3 Enquêtes.....	23
4.3.1 Kosten.....	27
4.3.2 Netwerken	28
4.3.3 Service.....	30
4.3.4 Verbanden.....	33
5. Conclusie	36
5.1 Beantwoording deelvragen	36
5.2 Beantwoording hoofdvraag	37
5.3 Evaluatie.....	38
Literatuur	40
Bijlagen.....	41

1. Inleiding

Sinds de opkomst van de mobiele telefonie en vooral de smartphone zijn er tal van nieuwe diensten ontwikkeld die de mens minder gebonden aan vaste apparaten maken. Hierbij kan gedacht worden aan internetbankieren via applicaties op de telefoon, applicaties waarmee reizen gepland kunnen worden en zelfs applicaties waarmee boodschappen gedaan kunnen worden. Ook voor het voldoen van parkeerkosten zijn mobiele diensten ontwikkeld.

Door het gebruik van parkeerproviders is het niet meer noodzakelijk om naar een parkeerautomaat te lopen, is het vaak mogelijk om op afstand de parkeertijd te verlengen. Ook kan voor de werkelijke parkeertijd betaald worden in plaats van vooraf betalen per half uur. De parkeerproviders hebben dezelfde rol als telefonie of internetproviders, ze bieden de service, in verschillende vormen aan en de consument kan dit afnemen. Op dit moment zijn er acht parkeerproviders actief in Nederland die eenzelfde soort dienst aanbieden op verschillende manieren en voor verschillende tarieven. Het is tot nu toe echter niet duidelijk om welke reden consumenten uiteindelijk kiezen voor een bepaalde parkeerprovider.



Figuur 1.0.1 Alle acht parkeerproviders.

1.1 Aanleiding

Een aantal parkeerproviders willen de redenen van consumenten achter de keuze voor een parkeerprovider graag weten. Omdat alle parkeerproviders samen werken via het SHPV is de vraag bij het SHPV neergelegd of daar onderzoek naar gedaan kon worden. Via de Hogeschool Windesheim bleek dat het mogelijk is om het onderzoek uit te voeren. Dit onderzoek richtte zich dus op het naar voren brengen van de redenen van consumenten in een keuze voor de parkeerprovider.

In Nederland zijn momenteel acht parkeerproviders actief, alle acht parkeerproviders zijn aangesloten bij SHPV. Alle acht parkeerproviders houden er echter een andere wijze op na wat betreft diensten aanbieden. Tijdens de voorbereidingen op het onderzoek zijn een drietal categorieën onderscheiden waarin de parkeerproviders van elkaar verschillen. De drie categorieën met de grootste verschillen zijn netwerk, kosten en service.² Hieronder is toegelicht wat de drie categorieën precies inhouden.

² Informatie afkomstig uit Kostenvergelijking Belparkeerproviders september 2014

Netwerk

Zoals in bijlage 1 te zien is zijn er een aantal parkeerproviders met een netwerk van meer dan honderd gemeenten en daarbij nog een groot aantal parkeergarages, waarin zij hun dienst aanbieden. Onder deze honderd gemeenten zitten de 44 bij het SHPV aangesloten gemeenten en daarnaast hebben parkeerproviders nog contracten met gemeenten buiten het SHPV. Andere aanbieders, waaronder MyOrder en MKB Brandstof hebben een netwerk van iets meer dan dertig gemeenten.

Kosten

Naast het verschil in netwerk grootte bestaan er verschillen in betaalwijzen en kosten tussen de parkeerproviders. Bij Sunhill, MyOrder en MKB Brandstof zit de consument niet vast aan abonnementskosten ook hoeven consumenten bij deze drie parkeerproviders geen kosten te betalen bij het aanmelden voor de service. Bij andere parkeerproviders moet betaald worden bij aanmelding maar staat daar het krijgen van een parkeerkaart voor bijvoorbeeld parkeergarages tegenover. Bij een aantal parkeerproviders wordt een vergoeding per parkeeractie gevraagd terwijl bij een aantal parkeerproviders ook nog een vergoeding wordt betaald voor het ontvangen van sms berichten van de parkeerprovider.

Service

De meeste parkeerproviders bieden, naast de betaalservice, meer services aan. Alleen MyOrder en Sunhill bieden slechts de betaalservice aan. Parkmobile biedt bijvoorbeeld ook een service in België aan en biedt de mogelijkheid om meerdere kentekens aan een account te koppelen. Park-line biedt naast de betaalservice voor parkeren ook services voor het betalen bij tankstations en wasstraten. Park-line biedt zelfs een chauffeursdienst aan.

In bijlage 1 is de tabel Kostenvergelijking Belparkeerproviders opgenomen waarin bovenstaande verschillen overzichtelijk zijn weergegeven. Dit overzicht geeft echter niet aan wat het doorslaggevende verschil is voor consumenten om voor een bepaalde parkeerprovider te kiezen.

In de toekomst kan de uitkomst van dit onderzoek ingezet worden om meer klanten te krijgen, wat natuurlijk belangrijk is voor de parkeerproviders. De parkeerproviders zouden hun diensten meer gericht kunnen aanbieden. Aan de andere kant creëert het tevens meer zekerheid voor gemeenten die nog moeten overstappen op het systeem. Die overstap vergt investeringen en door meer zekerheid te creëren over de wens van consument om het systeem te gebruiken kan de invoering wellicht versneld worden. Uiteindelijk hebben de consumenten er natuurlijk het grootste belang die willen namelijk gebruik maken van een zo optimaal mogelijk systeem.

1.2 Procesbeschrijving

Om tot dit onderzoeksrapport te komen zijn een aantal processtappen doorlopen. De eerste stap was het gesprek met de opdrachtgever om de reden achter het onderzoek en het doel af te stemmen. Naar aanleiding van dit gesprek en een literatuuronderzoek is het onderzoeksplan opgesteld. Dit onderzoeksplan vormde de basis voor het verdere onderzoek. Het grootste onderdeel van het onderzoek bestaat uit een enquête die is uitgezet onder de gebruikers van een viertal parkeerproviders. Daarnaast zijn er

interviews afgenomen met ambtenaren van verschillende gemeenten die over het parkeren gaan en vertegenwoordigers van parkeerproviders. De uiteindelijke uitkomst van het onderzoek kan ingezet worden door verschillende partijen om hun dienstverlening te verbeteren of om, als gemeente, te kiezen voor invoering van het mobiel parkeren in de gemeente.

1.3 Opdrachtgever

Dit onderzoek wordt uitgevoerd in opdracht van het Servicehuis Parkeer-Verblijfsrechten (SHPV). Het SHPV is een organisatie die als tussenpersoon tussen enerzijds commerciële en gemeentelijke parkeerbedrijven en anderzijds parkeerproviders werkt. Enerzijds verzorgt het SHPV de administratieve afhandeling van het parkeren voor de parkeerproviders, het beheert dan ook de database van alle parkeerproviders. Anderzijds is het SHPV ervoor gemeenten, het verwerkt namelijk ook de financiën van gemeenten richting de parkeerproviders als betaling voor het aanbieden van diensten. Het SHPV is opgericht voor en door gemeenten en parkeerproviders, het netwerk van het SHPV breidt uit op het moment dat meer gemeenten besluiten over te gaan op digitalisering van parkeren. Namens SHPV treedt mevrouw Woestenenk op als contactpersoon.

Naam: Mevr. N. Woestenenk
 Email: n.woestenenk@denion.nl
 Telefoon: 06-51609570
 Adres: Servicehuis Parkeer- en Verblijfsrechten
 Koestraat 1a
 6988 AA Lathum

1.4 Leeswijzer

Het rapport dat voor u ligt is opgebouwd in vijf hoofdstukken, het eerste hoofdstuk kan u zien als een inleiding in het onderwerp, daarom draagt het ook die titel. Hierin staat allereerst de aanleiding van het onderzoek, vervolgens staat kort beschreven hoe het onderzoek is gedaan en vervolgens wordt de opdrachtgever voorgesteld.

Het tweede hoofdstuk gaat in op het project, de redenen waarom onderzoek wordt gedaan en welke vragen worden gesteld. Eerst wordt daarom het daadwerkelijke probleem uiteengezet gevolgd door de doelstelling van het onderzoek. Daarna volgt de hoofdvraag en vervolgens de ondersteunende deelvragen. Het derde hoofdstuk gaat meer in op het onderzoek zelf. De onderzoeksmethoden worden uiteengezet en er wordt gepresenteerd wat reeds onderzocht is. Ook wordt de procedure voor wat betreft de onderzoeksmethoden uiteengezet.

Hoofdstuk vier gaat in op de resultaten uit het literatuuronderzoek, de interviews en de enquêtes. In de volgorde is het hoofdstuk dan ook opgebouwd. In de resultaten van de enquêtes en bij het literatuuronderzoek is nog onderscheid gemaakt tussen de onderdelen kosten, netwerk en service. Dit zijn namelijk onderscheidende factoren tussen parkeerproviders en komen in het onderzoek steeds terug.

In hoofdstuk vijf wordt het onderzoek afgesloten, de antwoorden op de hoofdvraag worden eerst gegeven, vervolgens wordt de onderbouwing doormiddel van de beantwoording van de deelvragen gegeven. Als laatste is een korte evaluatie ingevoegd.

2. Projectbeschrijving

In dit hoofdstuk wordt de opzet en de achtergrond van het onderzoek besproken. In de eerste paragraaf vindt u de probleembeschrijving, waarin het probleem uitgebreid uiteengezet wordt. In de tweede paragraaf vindt u de doelstelling van het onderzoek, oftewel hetgeen waarvoor het resultaat van het onderzoek wordt ingezet. In paragraaf 2.2 zijn de vragen genoteerd die beantwoord worden in het onderzoek. De vragen die beantwoord moeten worden zijn in totaal zeven, hiervan is er één de hoofdvraag, de andere zes zijn ter ondersteuning van de hoofdvraag.

2.1 Probleembeschrijving

Op dit moment wordt in Amsterdam al ruim 50% van de parkeerbetalingen voldaan met behulp van een parkeerprovider. Dit is een behoorlijk aantal als er wordt nagegaan dat van het totaal aantal parkeertransacties binnen Nederland er 60% plaatsvindt in Amsterdam. In Amsterdam is de opkomst van de smartphone dus behoorlijk te merken, dit vertaalt zich ook in het betalen van de parkeertarieven via de smartphone. De verwachting is dat dit in de toekomst alleen maar blijft toenemen.

Als er een vergelijking wordt gemaakt van het aantal parkeertransacties via een parkeerprovider in Amsterdam ten opzichte van de rest van Nederland, valt het op dat het gebruik van parkeerproviders elders nog lang niet zo populair is als in Amsterdam. Hier zit ook het probleem, de parkeerproviders willen graag dat het netwerk waar betaald kan worden via een parkeerprovider verder groeit. Gemeenten zijn echter organisaties die voorzichtig omspringen met dit soort onderwerpen, immers parkeerregelingen liggen vaak vrij gevoelig bij inwoners. Ze weten van te voren niet hoe de inwoners op de invoering van het systeem gaan reageren en of het de moeite waard is om te investeren in het systeem.

Het eigenlijke probleem schuilt erin dat zowel parkeerproviders en gemeenten niet weten waarom consumenten voor een bepaalde parkeerprovider kiezen. Hierdoor weten gemeenten niet zeker of wat ze willen aanbieden wel aansluit bij de wensen van de parkeerders, dit weerhoudt ze van het doen van een investering. Als gemeenten weten wat de wensen van de consumenten zijn met betrekking tot parkeerproviders kunnen ze een betere inschatting maken van de mate van gebruik van parkeerproviders. Aan de andere kant weten parkeerproviders ook niet zeker of ze wel het optimale systeem aanbieden aan consumenten of dat consumenten meer verlangen. Parkeerproviders weten niet waarom de keuze juist wel, of niet, op hun dienst valt.

2.2 Doelstelling

De doelstelling van dit onderzoek is als volgt. Het onderzoek moet duidelijk krijgen om welke redenen consumenten het gebruik van parkeerproviders verkiezen boven het traditionele parkeren en waarom consumenten voor een bepaalde parkeerprovider kiezen. De gedachte achter dit onderzoek is het scheppen van duidelijkheid onder parkeerproviders en gemeenten over de behoeften van consumenten met betrekking tot het gebruik van parkeerproviders. Vervolgens kunnen gemeenten en parkeerproviders inspelen op deze consument behoeften en de service voor de consumenten verbeteren.

2.3 Vraagstelling

Om het onderzoek overzichtelijk te houden en om stapsgewijs en onderbouwd te kunnen werken bestaat het onderzoek uit meerdere vragen. De hoofdvraag wordt ondersteund door een zestal deelvragen, ieder van deze deelvragen verhelderen een deel van de hoofdvraag. Samen vormen de antwoorden op de deelvragen het antwoord op de hoofdvraag.

Hoofdvraag

Om welke reden kiezen consumenten voor het gebruik van een parkeerprovider en, wanneer zij dat doen, met welke overweging kiezen consumenten een bepaalde parkeerprovider?

Ter ondersteuning van de hoofdvraag zijn er een aantal deelvragen opgesteld, die worden hieronder weergegeven.

Deelvragen

1. *Wat verwacht een consument van een parkeerprovider?*
2. *Welk voordeel zien consumenten in het gebruik van parkeerproviders?*
3. *Welke wijze van betalen wordt als beste gezien door de consument?*
4. *Wat zijn de onstreet/offstreet parkeerlocaties die consumenten nuttig vinden?*
5. *Welke extra dienstverlening, naast de parkeer-betaaldienst zien de consumenten als nuttig?*
6. *Welke van de categorieën³ is voor consumenten het belangrijkste bij het kiezen van een parkeerprovider?*

³ Genoemd in paragraaf 1.2 aanleiding, te weten; kosten, netwerk en service.

3. Methode

In dit hoofdstuk wordt uiteengezet hoe het onderzoek tot stand is gekomen en op welke wijze er exact onderzocht is. Het onderzoek omvatte in principe drie onderdelen, het literatuuronderzoek wat voornamelijk tijdens het opstellen van het onderzoeksplan is uitgevoerd is het eerste onderdeel. Het literatuuronderzoek vormt daarom ook paragraaf 3.1 en heeft de naam vooronderzoek gekregen. In paragraaf 3.2 zijn de twee onderzoeksmethoden uit de hoofdfase behandeld. De eerste sub paragraaf gaat in op de enquêtes en de tweede sub paragraaf gaat in op de interviews. In paragraaf 3.3 is de procedure uitgewerkt.

3.1 Vooronderzoek

Parkeerproviders worden steeds meer gebruikt, steeds meer plaatsen bieden het mobiel parkeren aan en dus groeit het netwerk. Naast de groei van het netwerk groeit ook het gebruik van parkeerproviders. In Amsterdam wordt tegenwoordig de helft van de parkeertransacties per parkeerprovider voldaan. Een aantal jaar geleden was dit aandeel veel lager en waren de parkeerproviders überhaupt nog niet zo bekend als ze nu zijn. Zo maakte parkeerprovider Parkmobile in juli 2013 bekend dat er sinds januari 2013 in negentien gemeenten mobiel parkeren is ingevoerd. In het gehele jaar 2012 hadden zich twintig gemeenten aangesloten, een behoorlijke stijging van het aantal aanmeldingen dus.

Het moge duidelijk zijn dat de parkeerproviders steeds groter worden en dat het gebruik van de diensten steeds hoger wordt. Er is echter nog niet heel erg veel onderzoek gedaan naar het effect van de parkeerproviders en waarom consumenten gebruik maken van parkeerproviders. Het onderzoek wat de basis is voor dit onderzoeksrapport is het eerste onderzoek naar de redenen van consumenten achter de keuze voor een parkeerprovider.

Wel zijn er een aantal bronnen waarin onderzoek is gedaan naar de gebruiksvriendelijkheid van een aantal parkeerproviders. In een test van het consumentenprogramma Kassa zijn zeven parkeerapplicaties getest door een testpanel bestaande uit studenten van IVA Driebergen Business School. Hierbij kwam de applicatie van Parkmobile uit de test zowel als goedkoopste optie als met de beste applicatie. De dienst Easy3377 van SMS&Park/Sunhill is als slechtste uit de test gekomen.

Een andere bron die als basis is gebruikt voor het onderzoek is de kostenvergelijking belparkeerproviders van september 2014, deze is opgenomen in bijlag 1. Deze kostenvergelijking is opgesteld door het SHPV en is een feitelijke oplossing van de diensten, kosten en de omvang van het netwerk. Het geeft dus een totaalbeeld van de parkeerproviders die actief zijn in Nederland. Deze bron heeft de basis gevormd voor de opdeling in de categorieën waarnaar onderzoek gedaan wordt; kosten, service en netwerk.

3.2 Instrumenten

Om het onderzoek goed uit te voeren zijn een aantal verschillende onderzoeksmethoden ingezet. De belangrijkste methode die is gebruikt is een enquête onder gebruikers van de parkeerproviders. De andere methode die is ingezet is het afnemen van een aantal interviews met ambtenaren van een aantal gemeenten waarin mobiel parkeren is

ingevoerd. Ook heeft een interview plaatsgevonden met de commerciële directeur van de parkeerprovider met het grootste klantenbestand van Nederland. Hiervoor is gekozen omdat het bedrijf waarvoor hij werkt twee verschillende parkeerproviders aanbiedt. Ik had het idee dat hij daardoor een behoorlijke indruk heeft van wat er speelt onder de klanten van de beide parkeerproviders.

3.2.1 Enquêtes

Naar aanleiding van het doel van het onderzoek en de bijbehorende onderzoeksvragen is al vrij snel besloten om enquêtes te gaan afnemen onder gebruikers van de parkeerproviders. Het doel van het onderzoek is namelijk om er achter te komen waarom consumenten kiezen voor een bepaalde parkeerprovider en waarom ze betalen via parkeerproviders verkiezen boven traditioneel betaald parkeren. Dit doel is het beste te behalen door de vraag daadwerkelijk te stellen aan de groep waar het omgaat, de gebruikers van de parkeerproviders.

Gezien de grote van de groep gebruikers is besloten om ook van deze omvang gebruik te gaan maken en dus een enquête uit te zetten. De enquête is voor dit onderzoek een beter middel dan bijvoorbeeld een interview omdat voor een interview niet een groter deel van de populatie wordt meegenomen. Ook is er niet iemand die specialist is als gebruiker van de applicatie, alle gebruikers zijn immers “gewone” consumenten. Uiteindelijk zijn er drie parkeerproviders bereid gevonden om de enquête uit te zetten. De parkeerproviders die de enquête hebben uitgezet zijn MyOrder, SMS Parking en MKB Brandstof.

Om het onderzoek zo betrouwbaar mogelijk te maken moet de enquête ingevuld worden door op zijn minst 377 gebruikers. Dit is bij een betrouwbaarheidspercentage van 95% en geldt voor doelgroepen met een omvang 20000 personen. Rond deze populatieomvang verandert de steekproefgrootte niet heel veel meer en dus is die populatieomvang genomen als waarde.

De volledige enquête is opgenomen in bijlage 2 achter in deze rapportage. Hierin is te zien dat de enquête zich richt op de redenen van consumenten om voor een parkeerprovider te kiezen. Ook zijn er een aantal vragen waarbij de vraag is of consumenten tevreden zijn met wat hun huidige parkeerprovider aanbiedt. De enquête is ook voorgelegd aan een contact bij een van de parkeerproviders om op die manier te bekijken of de enquête nog aanvullingen kon gebruiken. Bij het opstellen van de enquête is rekening gehouden met zowel de deelvragen als de verdeling in de drie categorieën. Hierbij zijn de deelvragen leidend geweest, ik probeerde om meestal in twee vragen, een antwoord te krijgen op een deelvraag. De laatste vraag van de enquête was afgeleid van het tweede deel van de hoofdvraag en de zesde deelvraag.

3.2.2 Interviews

Om niet enkel de kant van de consument te behandelen is de keuze gemaakt om ook de aanbiedende partijen te peilen. De aanbiedende partijen zijn in dit geval twee partijen, de gemeenten die de parkeerplekken aanbieden en de parkeerproviders die de applicaties aanbieden. Omdat het hoofd gedeelte van het onderzoek gebeurt middels de enquête is het besluit genomen om de aanbiedende partijen te betrekken in het onderzoek doormiddel van interviews. Door voor deze methode te kiezen kan er ook

enigszins afgeweken worden van de vragen wat extra input voor het onderzoek kan opleveren. Om die reden zijn de interviews eerder afgenomen dan de enquêtes, het kon namelijk ook input voor de enquête zijn.

In totaal is met vier personen een afspraak gemaakt om een interview af te nemen, drie van deze personen waren ambtenaren van een gemeente waar mobiel parkeren reeds is ingevoerd. Ik heb gesproken met de heer Kant, parkeermanager van de gemeente Alkmaar en de heer Prot, parkeermanager van de gemeente Amersfoort. Met deze beide heren heb ik tegelijk gesproken, later heb ik ook gesproken met de heer Schoolderman, adviseur parkeren bij de gemeente Zwolle. Dit waren twee gesprekken die de zaken van de gemeentelijke zijde lieten zien.

Om ook de zijde van de parkeerprovider te belichten heeft een afspraak plaatsgevonden met de heer Novak, commercieel directeur bij Park-line en Parkmobile. Park-line en Parkmobile vallen beide onder de Parkmobile groep en om die reden is de heer Novak commercieel directeur van beide. Voor het onderzoek is dit behoorlijk fijn aangezien er input van twee parkeerproviders in een keer geleverd kon worden. Volgens de heer Novak richtten beide diensten zich op andere doelgroepen en bieden ze verschillende diensten aan. Parkmobile gaat voor de goedkoopste dienst terwijl Park-line juist extra services aanbiedt.

3.3 Procedure

Aangezien ik als onderzoeker zelf niet bekend was met de parkeerproviders en geen contacten had binnen de parkeerproviders is het contact met de parkeerproviders via de opdrachtgever gegaan. Via Naomi Woostenenk zijn de contacten met de parkeerproviders gelegd en de interviews geregeld en de enquêtes uitgezet.

Voor het regelen van de interviews heeft mevrouw Woostenenk de contactgegevens van een aantal medewerkers van parkeerproviders en ambtenaren van gemeenten doorgegeven. Daarvoor had ze al gepeild welke parkeerproviders interesse hadden in deelname aan het onderzoek doormiddel van een interview. Met een aantal van de geïnteresseerden zijn vervolgens interview afspraken gemaakt.

Voor de enquêtes is het op eenzelfde wijze gedaan, de vraag is gekomen vanuit de parkeerproviders dus lijkt het logisch dat deze ook welwillend tegenover het deelnemen aan het onderzoek staan. Voor drie van de parkeerproviders gold dat ze mee wilden werken. Daarom is de enquête, via mevrouw Woostenenk uitgezet onder het klantenbestand van die drie parkeerproviders.

De gegevens ten behoeve van het literatuuronderzoek zijn grotendeels ingewonnen via internetbronnen, ook tips van werknemers van parkeerproviders en ambtenaren hebben geholpen. Ook zijn via het SHPV en Naomi Woostenenk meerdere bronnen verzameld die nuttig bleken voor het onderzoek. Reeds in de fase waar het onderzoeksplan is opgesteld zijn de meeste bronnen verzameld, hieruit bleek ook dat er nog niet veel onderzoek is gedaan naar de parkeerproviders.

4. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek uiteengezet per deelvraag en per methode. In paragraaf 3.1 en 3.2 worden de resultaten van het literatuuronderzoek en de interviews voorgelegd. Paragraaf drie gaat in op de resultaten van het consumentenonderzoek dat is uitgezet via de parkeerproviders.

4.1 Literatuuronderzoek

In het literatuuronderzoek zijn twee belangrijke bronnen gevonden waarin al onderzoek is gedaan naar de parkeerproviders. De eerste bron is de vergelijking Belparkeerproviders uit september 2014 die gevonden is via het SHPV. Deze bron is een feitelijke beschrijving van de diensten en kosten per parkeerprovider. Hieruit bleek dat de diensten van de Parkmobile het goedkoopste zijn. Ook de test van consumentenprogramma Kassa laat zien dat de diensten van Parkmobile het goedkoopste zijn.

4.1.1 Kosten

Onderstaande tabel 4.1 laat zien hoe de kosten van de parkeerproviders zijn opgebouwd waarbij een abonnement afgesloten moet worden. Bij vijf parkeerproviders is het nodig om een abonnement af te sluiten. In onderstaande tabel zijn de abonnementskosten van iedere parkeerprovider per jaar opgenomen, op die wijze zijn de bedragen per jaar opgesteld.

	App-parking	Parkmobile	Park-line	Yellow brick	ANWB parkeren
Kosten aanmelden	€5	<u>Gratis</u> ⁴	€10	€10	<u>Gratis</u> ⁵
Abonnement 1 jaar	€15,60	€24	€30	€39	€28,60
Per parkeer actie	€0,16	€0	€0,15	€0	€0
Totaal bij 6x per jaar	€21,56	€24	€40,90	€49	€28,60
Totaal bij 12x per jaar	€22,52	€24	€41,80	€49	€28,60
Totaal bij 26x per jaar	€24,76	€24	€43,90	€49	€28,60
Totaal bij 52x per jaar	€28,92	€24	€47,80	€49	€28,60
Totaal bij 104x per jaar	€37,24	€24	€55,60	€49	€28,60
Totaal bij 208x per jaar	€53,88	€24	€71,20	€49	€28,60

Tabel 4.1 Vergelijking parkeerproviders met abonnement

Wanneer er meer dan twaalf parkeertransacties per jaar worden gedaan blijkt parkmobile de goedkoopste. Dit wordt veroorzaakt doordat er geen bedrag voor het aanmelden wordt gevraagd en omdat er geen bedrag per parkeeractie wordt gevraagd.

⁴ In 10 gemeenten is een losse parkeerkaart nodig, kosten 5 euro.

⁵ ANWB parkeren is enkel voor consumenten die lid zijn van de ANWB, kosten 17,25

De dienst van Yellowbrick is tot 60 parkeertransacties per jaar het duurste, bij meer transacties is de dienst van Park-line het duurste.

Bij een aantal parkeerproviders is het ook mogelijk om van de diensten gebruik te maken zonder een abonnement af te sluiten. Dit kan voor consumenten handig zijn wanneer er slechts sporadisch gebruik wordt gemaakt van de parkeerapplicatie. In tabel 4.2 is er een vergelijking weergegeven van de parkeerproviders die een dienst aanbieden zonder abonnement.

	MyOrder	Easy3377	App Parking	Park mobile	Yellow brick	ANWB parkeren
Kosten aanmelden	Gratis	Geen registratie	€5	<u>Gratis</u> ⁴	€10	<u>Gratis</u> ⁵
Per parkeer actie	€0,22	<u>€0,25</u> ⁶	€0,24	€0,25	€0,32	€0,25
Totaal bij 6x per jaar	€1,32	Vanaf €1,50	€6,44	€1,50	€11,92	€1,50
Totaal bij 12x per jaar	€2,64	Vanaf €3	€7,88	€3	€13,84	€3
Totaal bij 26x per jaar	€5,72	Vanaf €6,50	€11,24	€6,50	€18,32	€6,50
Totaal bij 52x per jaar	€11,44	Vanaf €13	€17,48	€13	€26,64	€13
Totaal bij 104x per jaar	€22,88	Vanaf €26	€29,96	€26	€43,56	€26
Totaal bij 208x per jaar	€45,76	Vanaf €52	€54,92	€52	€76,56	€52

Tabel 4.2 Vergelijking parkeerproviders zonder abonnement

Bij de diensten zonder abonnement is de dienst van MyOrder het goedkoopste in alle gevallen. Dit komt door de lage prijs per parkeeractie. De duurste parkeerprovider is Yellowbrick met 32 cent per parkeeractie. Nederlanders kennende zouden de gegevens uit bovenstaande tabellen er toe leiden dat de goedkoopste parkeerproviders ook de grootste zullen zijn. In het geval van de diensten waar een abonnement bij afgesloten moet worden is dat ook het geval, Parkmobile is de grootste parkeerprovider.

4.1.2 Netwerk

De parkeerproviders bieden stuk voor stuk verschillende netwerken. Ook bieden ze deze netwerken op verschillende wijzen aan, zo zijn er een aantal parkeerproviders die, naast parkeren op straat ook parkeren in parkeergarages aanbieden. Bij een aantal parkeerproviders moet extra betaald worden voor parkeren in een aantal plaatsen of parkeergarages, bij een andere is dat weer niet het geval. Onderstaande tabel 4.3 laat zien wat voor netwerk de parkeerproviders aanbieden en op wat voor manier ze dat doen.

⁶ Het is niet mogelijk om korter dan een uur te parkeren. Voor elk volgend uur betaal je weer 0,25 servicekosten + sms-kosten.

Parkeerprovider	Aantal steden	Extra kosten steden	Aantal garages en P+R	Extra kosten garages en P+R
SMS Parking	72	€1,- voor 5 steden	-	-
MyOrder	36	-	-	-
Sunhill	>33	-	-	-
Parkmobile	121 ⁷	€5,- voor 10 steden	35 en 5	€5,- eenmalig
Park-line	>105	-	>300	€5,- eenmalig en €0,50 per maand
Yellowbrick	95	-	105 en 49	-
ANWB	>116	-	43 en 35	-
MKB brandstof	37	-	-	-

Tabel 4.3 Vergelijking netwerken parkeerproviders

In tabel 4.3 is weergegeven welke netwerken de verschillende parkeerproviders aanbieden. Hierin is onderscheid gemaakt tussen de steden waar geparkeerd kan worden en de parkeergarages en P+R locaties. Bij SMS Parking en Parkmobile is het nodig om, wanneer een consument in een aantal steden wil parkeren, een parkeerkaart aan te schaffen. In die steden, waaronder Groningen, Oss en Roosendaal controleert de parkeer handhaving namelijk met behulp van die kaart en het kenteken of het parkeertarief voldaan wordt.

Vier parkeerproviders bieden naast parkeren op straat ook hun diensten aan in parkeergarages en P+R locaties. Niet geheel toevallig zijn deze parkeerproviders aan elkaar verbonden. Parkmobile en Park-line vallen onder hetzelfde bedrijf en Yellowbrick en ANWB werken ook samen. Parkmobile biedt het grootste netwerk als het gaat over de steden. De netwerken van Park-line, Yellowbrick en ANWB zijn uitgebreider als het gaat om het aantal garages en P+R locaties.

Wat betreft de extra kosten voor het volledige pakket aan steden, garages en P+R locaties moet bij Parkmobile het meeste worden bijbetaald. Bij Park-line vallen alle steden onder het basispakket. Wanneer men in garages wil betalen moet naast een eenmalig bedrag ook een hoger maandelijks tarief worden betaald. Wanneer dit aan tabel 4.1 zou worden toegevoegd zou dat voor Parkmobile betekenen dat ze niet meer de goedkoopste dienst aanbieden. Voor Park-line betekent het direct dat ze de duurste parkeerprovider zijn.

4.1.3 Service

Een aantal parkeerproviders bieden naast parkeerdiensten ook andere diensten aan. Dit zijn in de meeste gevallen (auto)mobiliteitsgerichte diensten. Hierbij kan gedacht worden aan services voor tanken, autowassen of taxidiensten. Voor het gemak zijn de aangeboden diensten per parkeerprovider op een rijtje gezet. SMS Parking en Sunhill bieden geen extra services aan, die focussen zich volledig op het parkeren.

⁷ Inclusief zestien steden in België.

MyOrder

MyOrder is een dienst van de Rabobank die werkt in meerdere sectoren. Zo kunnen restaurants zichzelf inschrijven in de applicatie en het mogelijk maken dat klanten via de applicatie kunnen betalen. De applicatie werkt met een “wallet” die gevuld kan worden met geld en waaruit betaald kan worden. Hierdoor zijn betalingen met pinpas en contant geld niet meer nodig. Voor de consument is het gemakkelijk en hoeft hij niet te denken om contant geld en hoeft hij niet in de rij voor de kassa. Voor de winkelier, restauranthouder of dienstverlener betekent het minder risico met contant geld en de mogelijkheid om klanten sneller te helpen.

De parkeerdienst is toegevoegd in de applicatie. Bij veel van de andere diensten is de basis juist het parkeren. Voorwaarde is echter wel dat er een gevulde wallet is en dat de parkeerlocatie is aangesloten op het netwerk.

Parkmobile

Parkmobile is een vrij simpele applicatie die zich voornamelijk richt op parkeren. De extra service die ze aanbieden is een service bij luchthavens. Bij luchthaven Eindhoven en Schiphol is het mogelijk om de parkeergelden via de Parkmobile applicatie te voldoen. Naast het voldoen van de parkeergelden kan er via de applicatie ook gebruik gemaakt worden van een shuttledienst van de parkeerplaats naar de luchthaven. In de applicatie wordt wel de mogelijkheid geboden om meerdere kentekens te registreren onder dezelfde account.

Park-line

Parkmobile en Park-line zijn van hetzelfde bedrijf. Binnen dat bedrijf hebben ze de keuze gemaakt voor een provider die de basis aanbiedt en een parkeerprovider die een uitgebreider pakket aanbiedt. De parkeerprovider die een uitgebreider pakket aanbiedt is Park-line, voornamelijk gericht op de zakelijke markt. Naast een parkeerdienst bieden ze ook een Tankkaart waarmee het tanken geregistreerd kan worden en zodoende eenvoudig btw teruggevraagd kan worden. Ook kan er net als bij Parkmobile geparkeerd worden bij luchthavens Schiphol en Eindhoven. Park-line biedt ook een dienst aan waarmee bij tolwegen betaald kan worden. Als laatste biedt Park-line een chauffeursdienst aan waarmee de consument met auto en al thuis wordt afgezet, bijvoorbeeld na een vrijdagmiddagborrel.

Yellowbrick

Yellowbrick biedt naast de parkeerdienst ook een aantal andere diensten aan. Naast straat parkeren, garage parkeren, en parkeren op P+R locaties is het ook mogelijk om te parkeren bij Schiphol met behulp van de dienst. Daarnaast is het in de applicatie ook mogelijk om het parkeren van een bezoeker te registreren. Als zakelijke relaties langskomen is het dus mogelijk om hun parkeerkosten op je te nemen en voor de relatie te registreren. Als laatste biedt Yellowbrick ook een parkeerdienst voor evenementen, jij neemt de parkeerkosten van je gasten voor je rekening en kan dit later doorbelasten naar de opdrachtgever.

ANWB parkeren

Met ANWB parkeren is het mogelijk om te parkeren, daarnaast bieden ze eigenlijk geen andere diensten. Het is wel zo dat ANWB parkeren enkel voor leden van de ANWB is. De

ANWB biedt aan zijn leden natuurlijk wel vele andere diensten. Dus in principe zijn voor leden van ANWB parkeren ook vele andere diensten beschikbaar.

MKB brandstof

Van oorsprong is MKB brandstof, zoals de naam al doet vermoeden, een dienst voor het tanken van de auto. Het tanken voor het midden en klein bedrijf wordt met behulp van de tankpas overzichtelijk geregistreerd. Later heeft MKB brandstof hierbij ook een parkeerdienst toegevoegd zodat ook de parkeerkosten op een overzichtelijke manier geregistreerd kunnen worden. Nog meer extra aanvullende diensten zijn registratie van de kosten voor de carwash en voordelige pech hulp.

4.2 Interviews

Voor dit onderzoek zijn een viertal interviews gehouden, drie interviews met contactpersonen bij gemeenten. Een interview is gehouden met een vertegenwoordiger van de grootste parkeerprovider van Nederland. Deze interviews geven een indruk van de zaken waar de leveranciers van de parkeerplekken, de gemeenten en de leveranciers van de diensten, de providers inzicht in hebben. Ook kan hieruit blijken waarin ze juist geen inzicht hebben.

Gemeenten

Op twee momenten hebben er drie interviews plaatsgevonden, dit betekent dat op één moment een dubbelinterview is afgenomen. Dat dubbel interview is afgenomen met Jan Kant van de gemeente Alkmaar en Walter Prot van de gemeente Amersfoort⁸. Beide heren gaven aan dat de reden om digitaal parkeren in hun gemeente mogelijk te maken was dat het meegaan in een trend was. Een trend die hoort bij de digitalisering die plaats vindt in de wereld. Daarnaast biedt het voor zowel gemeenten als consumenten voordelen. Voor beide gemeenten geldt dat tegenwoordig ongeveer een kwart van de parkeertransacties via een parkeerprovider gebeurt.

Beide heren gaven aan dat de invoering van parkeerprovider gepaard gaat met complete digitalisering van het betalen in de gemeenten. Het aantal parkeerautomaten neemt af en de ouderwetse parkeerautomaten met muntgeld worden vervangen door automaten waar enkel nog digitaal betaald kan worden. Voor gemeenten zorgt dit ook voor een stukje risico afname en minder zorg voor parkeerautomaten. Ze zijn beide van mening dat er nog behoorlijk wat door te ontwikkelen valt in gemeenten qua parkeren en parkeerverwijzing. Die lijn kan ook doorgetrokken worden in de applicaties van parkeerproviders waarin in de toekomst het wellicht mogelijk wordt om te navigeren naar een parkeerplaats of om deze vooraf te reserveren.

Ook Hans Schoolderman van de gemeente Zwolle was bereid om mee te werken aan een interview⁹. In de gemeente Zwolle is pas sinds april 2014 bel parkeren ingevoerd, de beslissing om het in te voeren is net als in Amersfoort en Alkmaar eigenlijk het meegaan in de trend geweest. Bezoekers gaven bij winkeliers of zelfs bij de gemeente aan dat ze het vreemd vonden dat Zwolle nog geen bel parkeren had. Hans Schoolderman gaf aan dat hij zelf ook gebruik maakt van een parkeerapplicatie, zijn voornaamste reden om dit te doen is gemak. Volgens hem is dit ook de voornaamste reden voor andere

⁸ Interview afgenomen op 27 oktober 2014

⁹ Interview afgenomen op 30 oktober 2014

consumenten om gebruik te maken van een parkeerprovider. Hij vindt het ideaal dat real-time betalen nu mogelijk is op een gemakkelijke wijze, het is zelfs mogelijk om met een druk op de knop de parkeertijd te verlengen.

Ook in Zwolle wordt het aanbieden van belparkeren tegelijkertijd met digitalisering van de parkeerautomaten ingesteld. Ze zien aan de ene kant kansen in het digitale parkeren en het bel parkeren maar ze zien ook dat dit gevolgen heeft voor bijvoorbeeld handhaving. Ook heeft het gevolg voor de inkomsten van de gemeenten, immers er wordt nu betaald voor de tijd, dat er daadwerkelijk geparkeerd wordt. Eerder werd er nog wel eens dubbel betaald voor een bepaalde periode op een parkeerplaats. Hans gaf zelf aan dat hij denkt dat er voornamelijk kansen zijn in de zakelijke wereld en dat het wellicht interessant is om een parkeerprovider te combineren met arrangementen. Op een zelfde wijze als NS dat doet in de spoordeelwinkel.

Parkeerprovider

Op 27 oktober heeft ook het interview bij Parkmobile plaats gevonden. Degene die ik heb gesproken is Tomas Novak, commercieel directeur van het bedrijf wat zowel de dienst Parkmobile als de dienst Park-line aanbiedt. Uit het gesprek blijkt dat het aanbieden van twee diensten een bewuste keuze is. Volgens de heer Novak is de reden dat consumenten een parkeerprovider gebruiken puur uit gemak. Een klant wil volgens hem altijd zo eenvoudig en goedkoop mogelijk de parkeeractie betalen. Daar speelt Parkmobile op in door de goedkoopste dienst aan te bieden, ook proberen ze hun applicatie zo overzichtelijk mogelijk te houden en zorgen ze ervoor dat de applicatie eenvoudig te bedienen is.

Aan de andere kant bieden ze met Park-line juist een dienst voor de zakelijke markt, mensen die meer opties wensen. Deze dienst wordt ook wel aangegeven als Premium dienst, een dienst waarvan je weet dat deze duurder is maar waar ook meer opties op zitten. Deze dienst trekt een ander publiek, echter geldt er hetzelfde voor, ook de mensen die Park-line gebruiken willen volgens Tomas Novak op een gemakkelijke, efficiënte wijze de parkeertransactie afhandelen.

Uit alle vier de gesprekken is naar voren gekomen dat de voornaamste reden om voor bel parkeren te kiezen gemak is. Niet alleen voor de consument is dit een reden, ook voor gemeenten blijkt het een factor te zijn die meespeelt.

4.3 Enquêtes

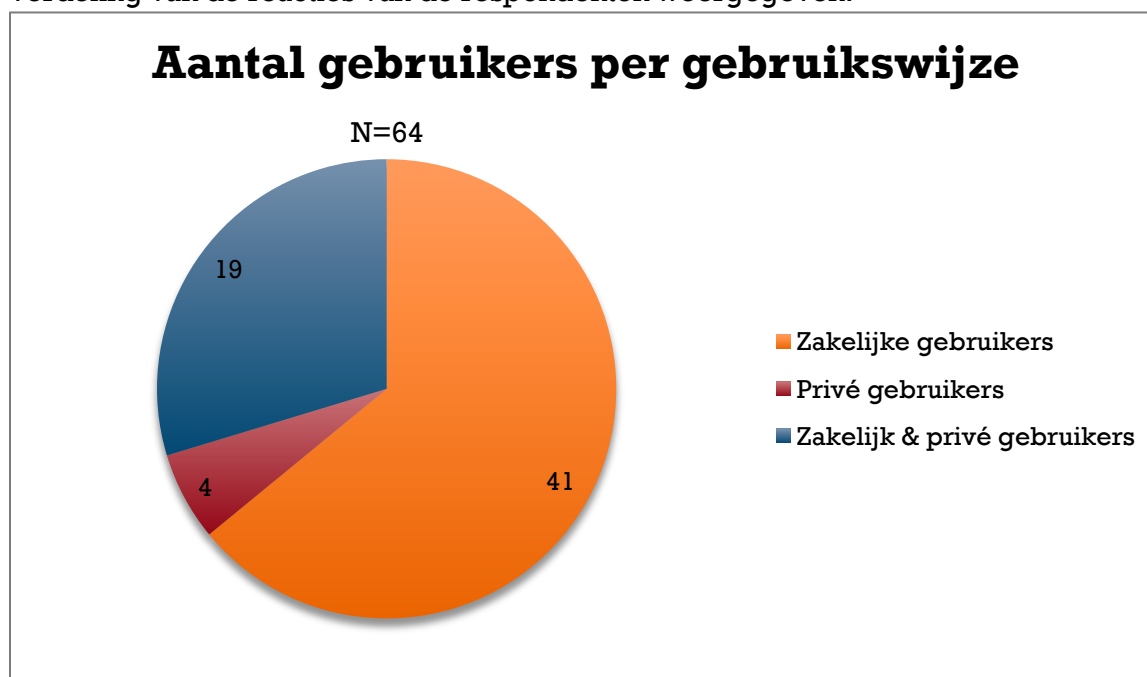
De enquête is uitgezet onder de gebruikers van in totaal twee parkeerproviders en onder contactenpersonen bij gemeenten die betrokken zijn bij het SHPV. In totaal zijn er 65 enquêtes geopend waarvan er 63 volledig zijn ingevuld. Op de volgende pagina's is overzichtelijk een analyse gemaakt van de antwoorden die zijn gegeven in de enquête. De enquête zelf is in de bijlage opgenomen. Het uitzetten van de enquête is door de parkeerproviders gedaan. Zij hebben 250 klanten een mail gestuurd met daarin de link naar de enquête, dit is de meest effectieve en directe wijze om gebruikers van parkeerproviders te benaderen.

De eerste vraag ging over het geslacht van de deelnemers, nu is het niet zeker of de enquêtes geselecteerd zijn uitgezet of dat ze willekeurig zijn uitgezet. Via de parkeerproviders zijn gebruikers benaderd voor het invullen van de enquête. Zelf heb ik geen invloed uitgeoefend op de selectie van de groep consumenten die zijn gevraagd om de enquête in te vullen. Het is dus niet duidelijk of dit een representatief beeld geeft van het totaal aantal gebruikers van de providers en hun geslacht. In totaal hebben slechts acht vrouwen gereageerd op de enquête wat betekent dat 57 mannen gereageerd hebben op de enquête. Een verdeling van twaalf tegenover 88 procent.

Op de vraag op wat voor wijze de consumenten gebruik maken van een parkeerprovider is behoorlijk wisselend geantwoord. Er is een verdeling in de vraag gemaakt waarbij gekozen kon worden tussen de volgende opties;

- Ik maak zakelijk gebruik van de parkeerprovider;
- Ik maak privé gebruik van de parkeerprovider;
- Ik maak zowel zakelijk als privé gebruik van de parkeerprovider;

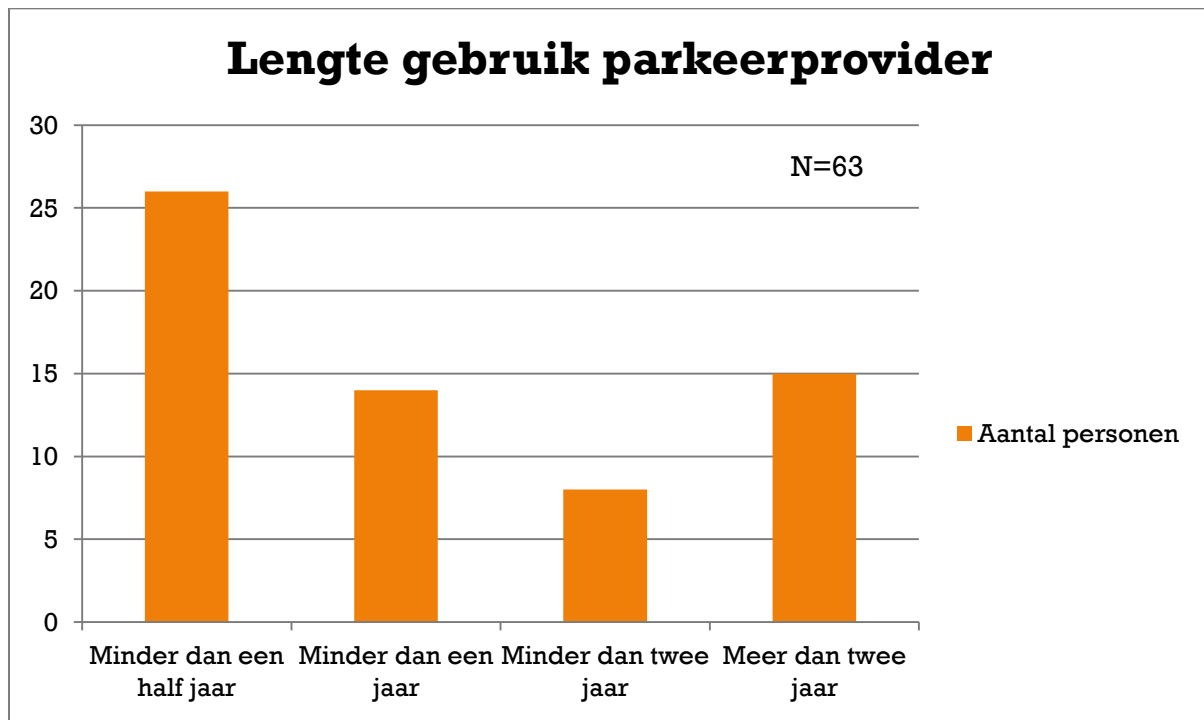
In totaal hebben 64 respondenten deze vraag beantwoord. In onderstaand figuur is de verdeling van de reacties van de respondenten weergegeven.



Figuur 4.1 Aantal gebruikers per gebruikswijze

Uit figuur 4.1 blijkt dat het overgrote deel van de gebruikers de parkeerprovider enkel zakelijk gebruikt. Slechts een heel klein deel van de gebruikers maakt gebruik van een parkeerprovider voor enkel privé doeleinden.

Het aanbod van steden waar met gebruik van een parkeerprovider de parkeergelden voldaan kunnen worden stijgt de laatste jaren. De laatste jaren is ook het aantal gebruikers van parkeerproviders gestegen, om te kijken hoe de groei vraagt is daar in de enquête een vraag aan gewijd.



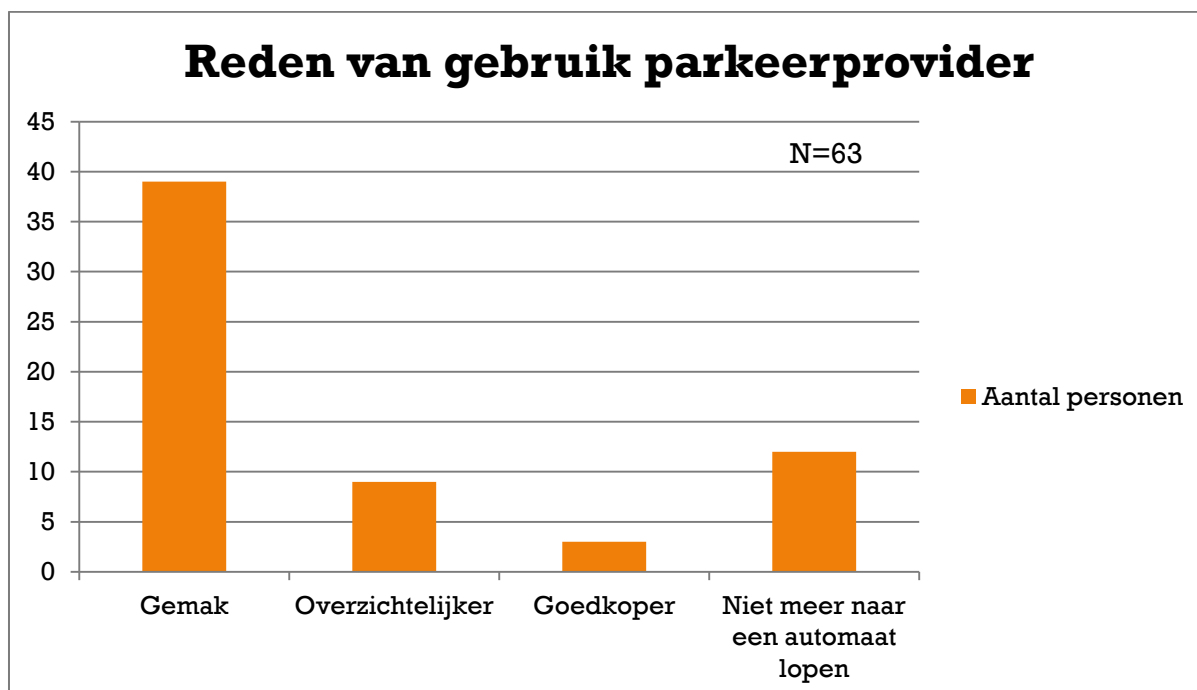
Figuur 4.2 Lengte gebruik parkeerprovider

Bovenstaand figuur 4.2 bevestigt inderdaad dat het aantal gebruikers van de parkeerproviders de laatste tijd groeit. Van de 64 personen die deze vraag ingevuld hebben gebruiken vijftien personen al langer dan twee jaar een parkeerprovider. Dit komt neer op 23% van de geënquêteerden. Dat betekent dat maar liefst 77% korter dan twee jaar gebruik maakt van een parkeerprovider. Van die 77%, wat neer komt op 49 geënquêteerden, is meer dan de helft, namelijk 51% minder dan een half jaar aangesloten bij een parkeerprovider. Hieruit kan worden afgeleid dat er een behoorlijke groei is doorgemaakt en dat de populariteit van de parkeerproviders toeneemt.

De vierde vraag in de enquête is gericht op de reden waarom mensen gebruik zijn gaan maken van een parkeerprovider. De vraag was letterlijk: Om welke reden bent u een parkeerprovider gaan gebruiken. De opties waaruit gekozen kon worden zijn hieronder opgesomd;

- Gemak
- Overzichtelijker
- Goedkoper
- Niet meer naar een automaat lopen

Weer hebben 64 personen de tijd genomen om deze vraag te beantwoorden. De beantwoording gaf een heel duidelijk beeld van de redenen waarom consumenten een parkeerprovider gebruiken. De voornaamste reden is gemak. De vertegenwoordigers van zowel de gemeenten als Parkmobile en Park-line gaven aan dat ze verwachtten dat gemak de voornaamste reden van gebruik is. Uit de afgenomen en ingevulde enquêtes is dit dus ook gebleken. Een andere reden die nog behoorlijk veel is aangegeven, bijna 19%, was om niet meer naar een automaat te hoeven lopen. Deze reden is gerelateerd aan gemak. Ook de reden dat het meer overzicht biedt is nog een aantal keer aangevinkt. In figuur 4.3 is te zien dat slecht drie personen een parkeerprovider gebruiken omdat het goedkoper is. In die zin blijkt dat geld dus in veel gevallen niet de voornaamste drijfveer is. Terwijl een parkeerprovider de optie biedt om per minuut te betalen wat daadwerkelijk geld kan besparen.



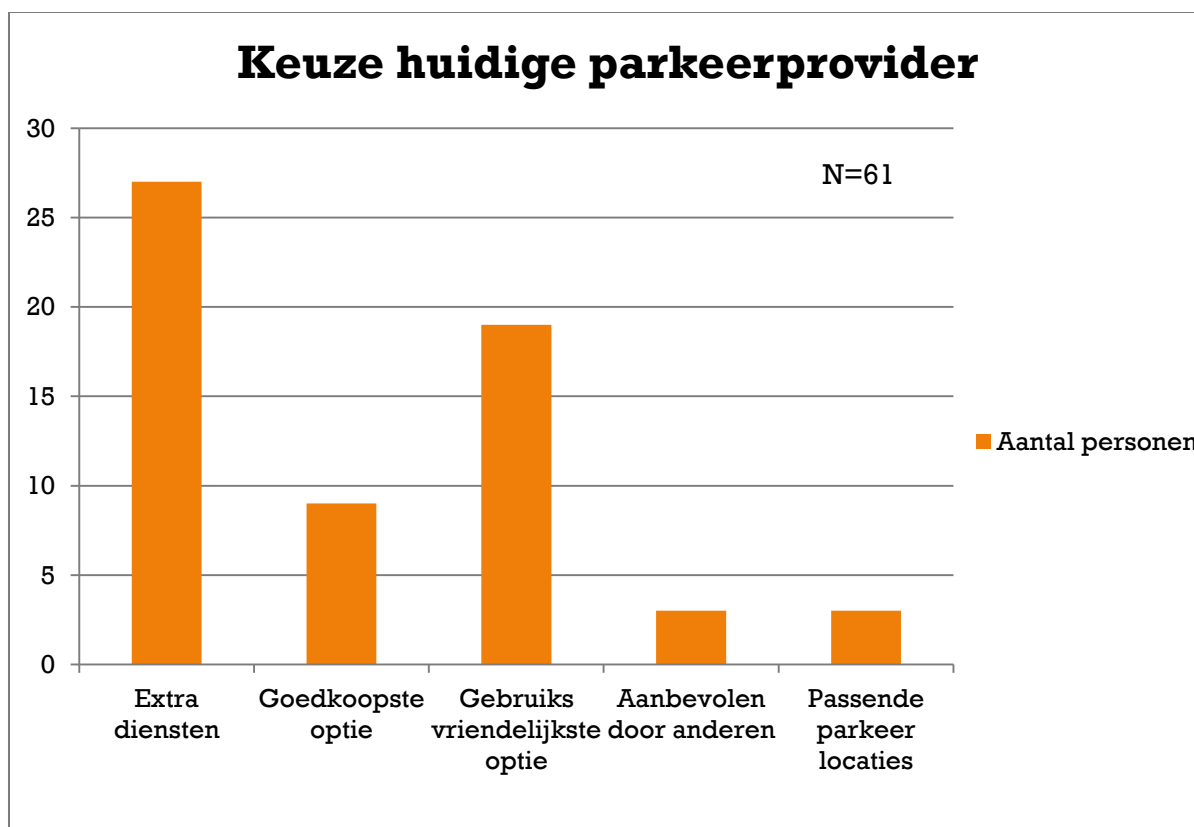
Figuur 4.3 Reden van gebruik parkeerprovider

Ook de volgende vraag geeft inzicht in de reden van gebruik en de dienstverlening die een consument verwacht van een parkeerprovider. De vraag gaat namelijk in op de vergelijking die consumenten maken tussen verscheidene parkeerproviders. Het waarom mensen juist gekozen hebben voor de parkeerprovider die ze op dit moment gebruiken.

Uit figuur 4.4 blijkt dat wanneer mensen parkeerprovider onderling gaan vergelijken, ze dan met name letten op wat voor extra diensten de parkeerprovider aanbieden. Ook letten veel mensen op wat de meest gebruiksvriendelijke optie is. Bij de keuze voor de huidige parkeerprovider heeft ruim 44% de afweging gemaakt op basis van de extra diensten. Ruim 31% heeft juist gekozen voor de meest gebruiksvriendelijke parkeerprovider. Bij de afweging tussen de verschillende parkeerproviders wordt, net als bij de reden voor gebruik, niet vaak gekozen voor het kostenargument. Voor de goedkoopste optie hebben namelijk bijna 15% van de geënquêteerden gekozen. Een

percentage wat relatief laag is, helemaal voor Nederlanders die in het buitenland bekend staan als mensen die erg op de kosten letten.

Consumenten blijken weinig te letten op de parkeerlocaties die iedere parkeerprovider aanbiedt en of deze parkeerlocaties passen bij de door de consument gewenste parkeerlocaties. Ook lijken vrij weinig consumenten zich te laten beïnvloeden door anderen en volgen ze hun aanbeveling. Minder dan 5% van de geënquêteerden heeft aangegeven dat ze bij de keuze voor de parkeerprovider die ze op dit moment gebruiken, beïnvloedt zijn door anderen.



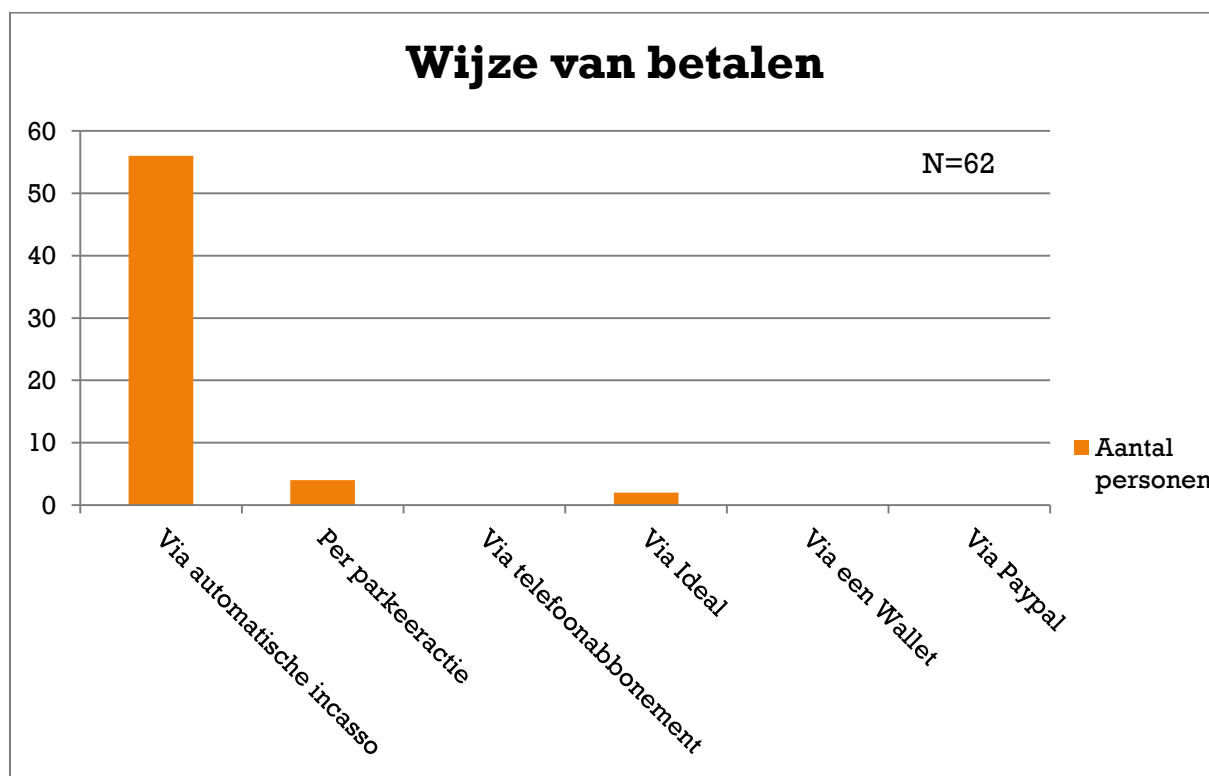
Figuur 4.4 Keuze huidige parkeerprovider

4.3.1 Kosten

In de enquête zijn twee vragen opgenomen over kosten en dan met name gericht of de consument tevreden is met het huidige betaalsysteem wat ze gebruiken om de parkeergelden te voldoen. In de enquête hebben we alle betaalwijzen opgenomen die de parkeerproviders gebruiken, te weten;

- Via automatische incasso aan het eind van een periode
- Per parkeeractie
- Via het abonnement van mijn telefoon
- Via Ideal
- Via een Wallet
- Via Paypal

De eerste vraag ging over op wat voor wijze de consumenten op dit moment betalen voor hun parkeeracties, met bovenstaande antwoordmogelijkheden. De tweede vraag is of de consument de huidige betaalwijze ook de beste wijze vindt. Het resultaat van de eerste vraag is weergegeven in figuur 4.5.



Figuur 4.5 Wijze van betalen

Uit figuur 4.5 blijkt dat een groot deel van de geënquêteerden betaalt door middel van automatische incasso. Om precies te zijn betalen 56 van de 63 geënquêteerden door middel van automatische incasso. Ook zijn er vier personen die aangegeven hebben dat ze per parkeeractie betalen. Als laatste zijn er twee personen die aangegeven hebben dat ze betalen via Ideal. De uitslag van deze vraag lijkt beïnvloed door het gegeven dat de enquête niet onder alle parkeerproviders is uitgezet. Door het verschil in de betaalwijzen die afzonderlijke parkeerproviders aanbieden was de uitslag waarschijnlijk anders geweest.

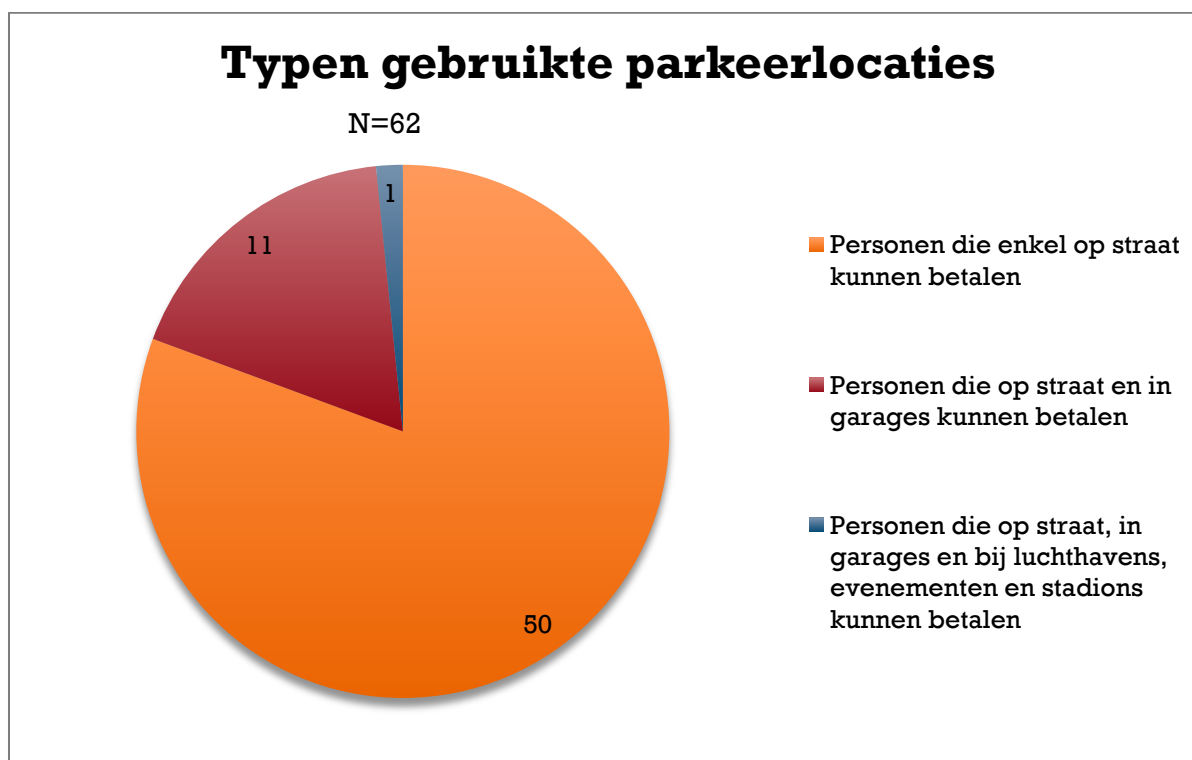
Uit de volgende vraag blijkt wel dat slechts één van de 62 personen die beide vragen hebben beantwoord niet tevreden is met de wijze waarop die persoon op dit moment betaalt voor de parkeeracties. Alle andere personen die beide vragen hebben ingevuld laten weten dat ze de betaalwijze die ze op dit moment gebruiken de beste betaalwijze vinden.

4.3.2 Netwerken

In de enquête zijn drie vragen besteed aan de netwerken waarvan consumenten gebruik maken. Ook is er gevraagd op wat voor wijze consumenten denken dat de netwerken verbeterd kunnen worden. Onder het netwerk worden de verschillende typen locaties verstaan, zo kan er geparkeerd worden op straat maar ook in parkeergarages. Ook biedt een aantal parkeerproviders parkeerservices aan bij luchthavens, stadions en evenementen. Aan de andere kant wordt onder het netwerk ook verstaan de hoeveelheid locaties, oftewel in hoeveel verschillende steden kan betaald worden voor parkeren met behulp van een parkeerprovider.

De eerste vraag onder het kopje netwerk gaat over de verschillende typen parkeerlocaties. De vraag was: Op welke locaties kunt u momenteel betalen met uw parkeerapp? De antwoordmogelijkheden zijn hieronder opgesomd:

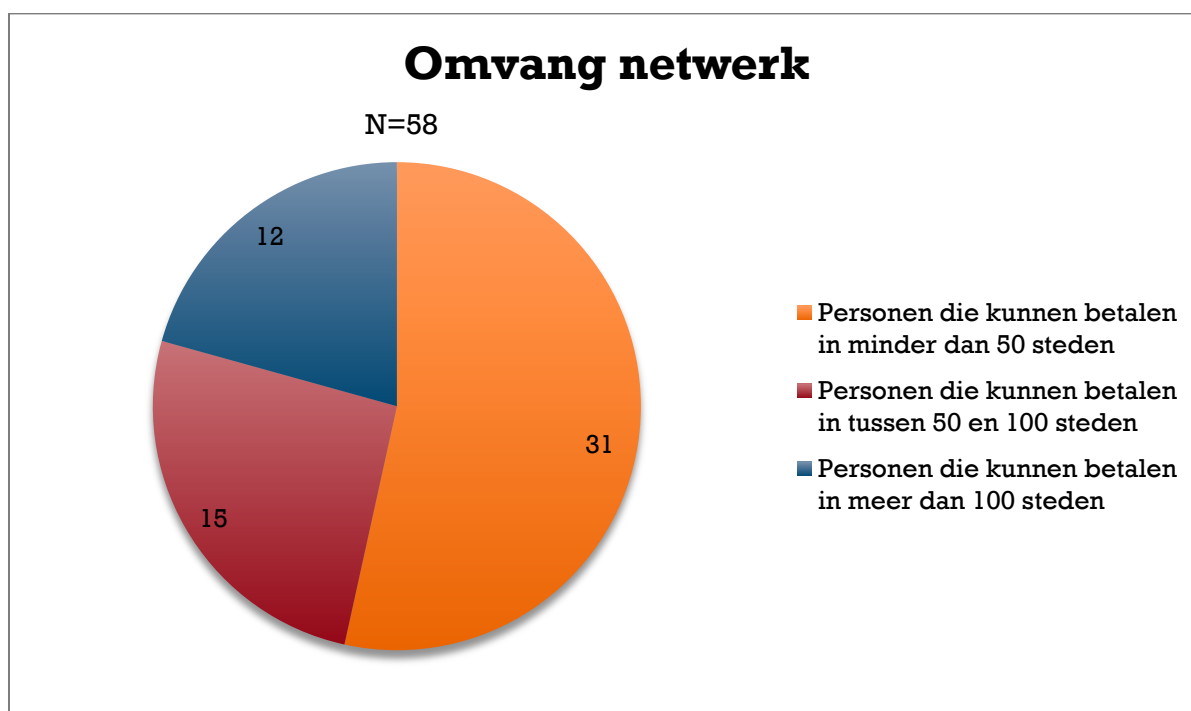
- Enkel op straat
- Zowel op straat als in parkeergarages
- Zowel op straat als in parkeergarages maar ook bij luchthavens, evenement locaties en stadions.



Figuur 4.6 Typen gebruikte parkeerlocaties

In figuur 4.6 zijn de verschillende typen parkeerlocaties weergegeven. Het is duidelijk dat het overgrote deel van de consumenten alleen kan betalen voor parkeren op straat met de parkeerprovider. Het gaat dan om een groep van 81 procent, dit komt neer op 50 personen want de vraag is beantwoord door 62 personen. Elf personen gaven aan dat ze met behulp van een parkeerprovider kunnen betalen voor zowel straat parkeren als parkeren in garages. Er is slechts een persoon die heeft aangegeven op alle locaties te kunnen betalen met de parkeerapp, deze persoon kan dus ook parkeren bij luchthavens en stadions.

De tweede vraag over netwerken gaat meer over de omvang van de netwerken. De vraag luidde dus: Hoe omvangrijk is het netwerk waarvan u gebruik kunt maken met uw parkeerapp? Bij deze vraag zijn drie antwoordmogelijkheden gegeven die afgeleid zijn van de verschillende netwerkgroottes die de verschillende parkeerproviders aanbieden. De daadwerkelijke aantallen De drie categorieën zijn gesplitst in een categorie met minder dan vijftig steden, tussen vijftig en honderd steden en meer dan honderd steden. In iedere categorie vallen een aantal parkeerproviders.



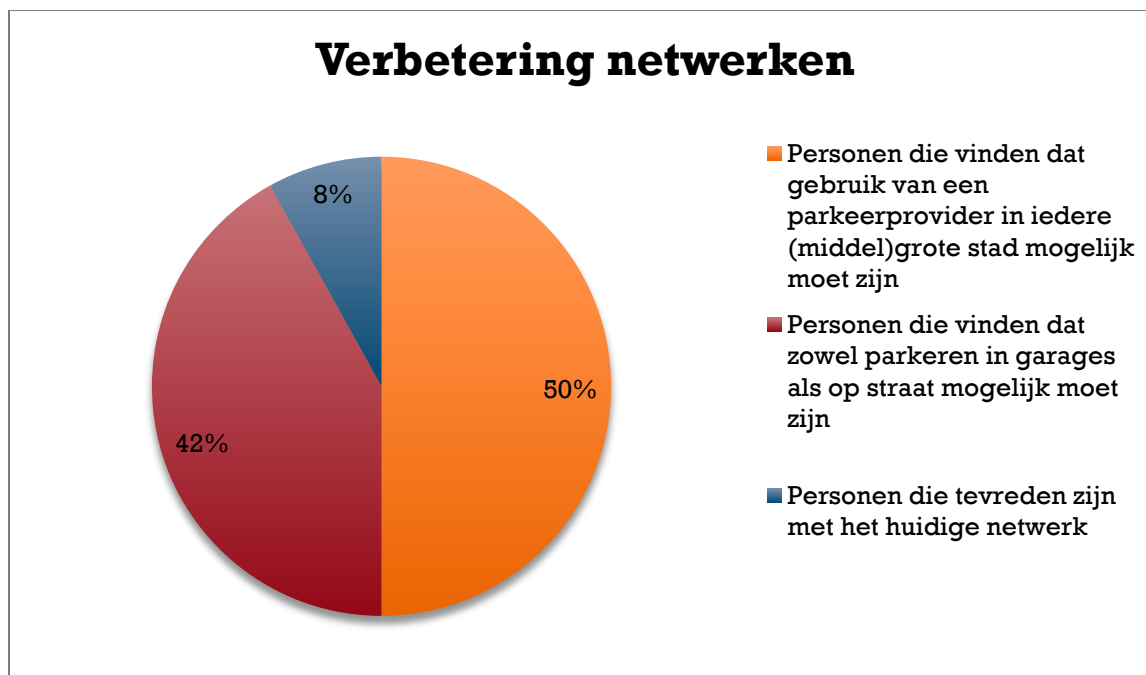
Figuur 4.7 Omvang netwerk

In figuur 4.7 is weergegeven van wat voor netwerk omvang de geënquêteerden gebruik maken. Te zien is dat een vrij groot deel van de personen in minder dan 50 steden kunnen parkeren. Dit terwijl het grootste deel van de parkeerproviders grotere netwerken aanbiedt. Dit zegt waarschijnlijk meer over de representativiteit van de groep geënquêteerden ten opzichte van de alle gebruikers van parkeerproviders in Nederland. De groep die in meer dan honderd steden kunnen parkeren omvat 21% terwijl de parkeerprovider met veruit het grootste marktaandeel standaard meer dan honderd locaties aanbiedt.

De derde vraag die zich richt op de netwerken gaat over de tevredenheid en wensen van de consumenten ten opzichte van de huidige netwerken. De vraag was letterlijk: Hoe

kunnen de netwerken volgens u verbeterd worden? De opties waaruit de consumenten konden kiezen waren:

- Iedere parkeerapp moet te gebruiken zijn in iedere (middel)grote stad
- Iedere parkeerprovider zou zowel parkeren in parkeergarages als op straat aan moeten bieden
- Ik ben tevreden met het huidige netwerk



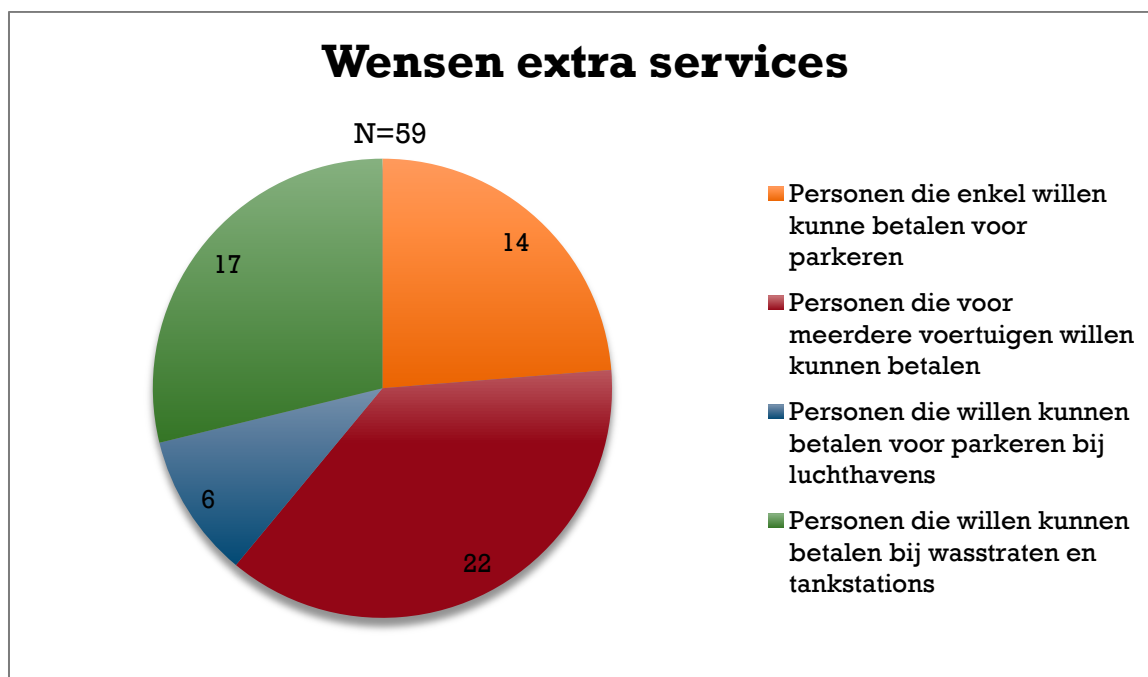
Figuur 4.8 Verbetering netwerken

In figuur 4.8 is weergegeven hoe mensen denken over hoe de netwerken beter kunnen. De behoefte van de consument lijkt voornamelijk uit te gaan naar de mogelijkheid om een parkeerprovider te gebruiken in iedere (middel)grote stad. Deze behoefte is groter dan het kunnen parkeren in zowel parkeergarages als op straat. Slechts een klein aantal geënquêteerden geeft aan dat ze tevreden zijn met de omvang van het netwerk. Wat opvalt, is dat de tevreden geënquêteerden alleen op straat kunnen parkeren. Ook beschikken ze over een netwerk hebben waarin minder dan honderd steden zitten, wat aangeeft dat mensen behoefte hebben aan een netwerk dat past bij de wensen. Het netwerk van een parkeerprovider moet dus passen bij de parkeerhandelingen die een consument onderneemt.

4.3.3 Service

Het laatste deel van de enquête heeft zich gericht op de services die een aantal parkeerproviders aanbieden. De vragen gingen over wat voor diensten de consumenten graag zien bij een parkeerprovider. De eerste vraag gingen over de diensten die op dit moment beschikbaar zijn. De tweede vraag gaat over extra zaken die naar voren zijn gekomen uit de interviews en die niet perse op dit moment mogelijk zijn bij parkeerproviders. De laatste vraag ging meer in op de service binnen de applicatie, dus hoe de applicatie te bedienen is en wat voor meldingen deze afgeeft.

De extra diensten die parkeerproviders op dit moment aanbieden zijn behoorlijk uiteenlopend. Zo is het mogelijk om meerdere voertuigen op een account te kunnen registreren zodat je de applicatie eenvoudig voor meerdere voertuigen kan gebruiken. Bij een aantal parkeerproviders is het mogelijk om een parkeerservice bij luchthavens als Schiphol en Eindhoven af te sluiten. Ook biedt een aantal parkeerproviders een service aan waarbij ook de betalingen bij een tankstation of carwash worden voldaan via de parkeerprovider. De vraag aan de consumenten was welke van de diensten ze graag zien bij een parkeerprovider. Een antwoordmogelijkheid was ook om aan te geven dat ze de parkeerprovider alleen nuttig vinden voor de parkeerhandelingen.



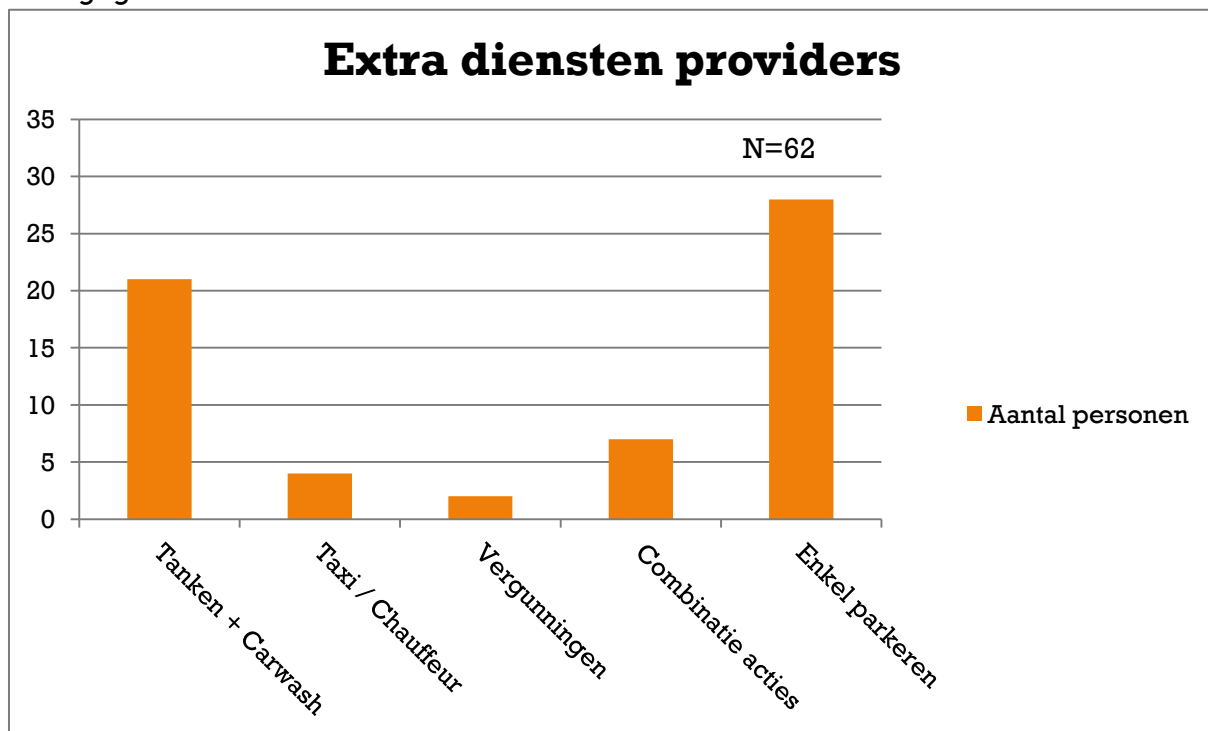
Figuur 4.9 Wensen extra services

Op deze vraag zijn de antwoorden vrij uiteenlopend geweest, zoals te zien is in figuur 4.9. Wel is te zien dat het parkeren bij luchthavens minder gewenst wordt dan de andere diensten. Het parkeren bij luchthavens is waarschijnlijk alleen gewenst door mensen die vaker met het vliegtuig reizen. Het meest gewenst is de mogelijkheid om meerdere voertuigen te registreren op één account. Bijna een kwart van de personen gaf aan dat ze alleen de parkeerdienst voldoende vinden bij een parkeerprovider. Toch geeft een groot deel van de mensen aan dat ze een extra dienst een toegevoegde waarde vinden.

De volgende vraag richtte zich op andere services die op dit moment niet of door minder parkeerproviders worden aangeboden. De opties die zijn gegeven bij deze vraag zijn de volgende:

- Betalen voor tanken en carwash
- Een taxi of chauffeur bestellen
- Parkeervergunning kopen
- Gebruik maken van combinatie acties (bijvoorbeeld parkeren onder de Hema en korting krijgen op een lunch bij de Hema)
- Ik wil enkel kunnen parkeren met een parkeerapplicatie

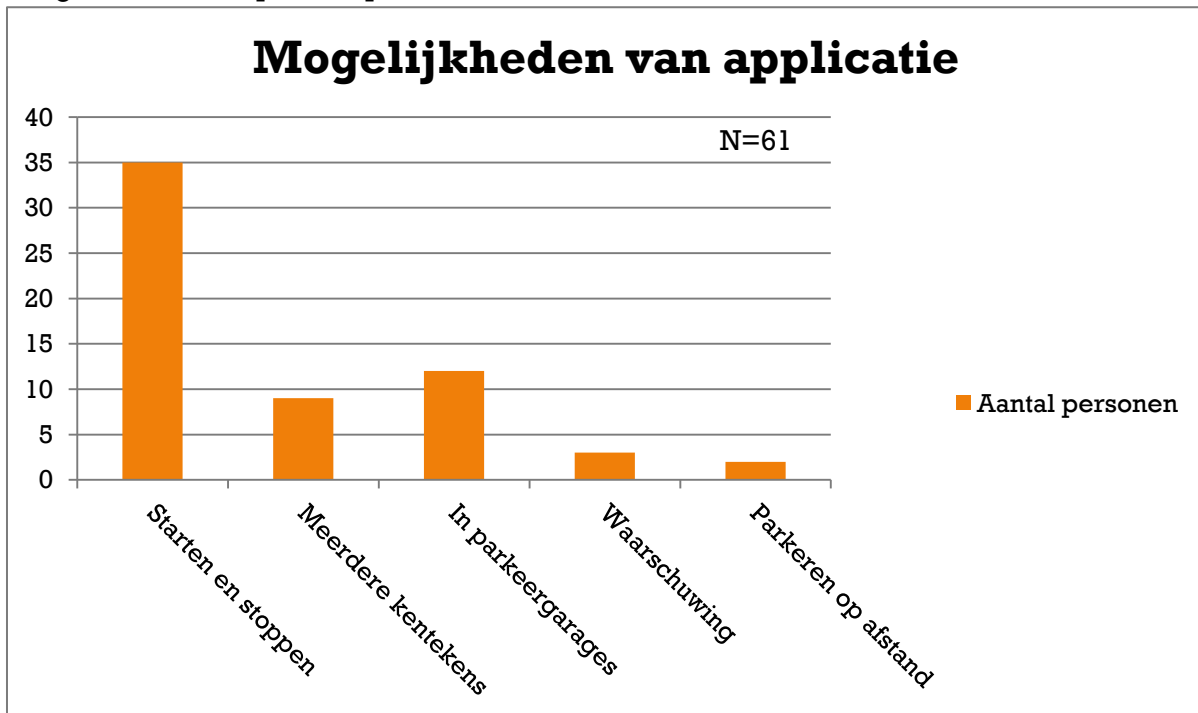
Uit de beantwoording van de vraag is gebleken dat ruim 45% van de geënquêteerden uit de bovengenoemde opties kiest voor alleen de parkeerdienst. Ook heeft ruim 34% van de ondervraagden geantwoord dat ze wel oren hebben naar het gebruik maken van de parkeerapplicatie bij het tankstation en de carwash. De andere zaken zijn duidelijk minder in trek hoewel 11% van de ondervraagden aan heeft gegeven dat ze wel interesse hebben in de combinatie acties. In onderstaand figuur 4.10 is dat ook weergegeven.



Figuur 4.10 Extra diensten providers

Zoals al eerder is gezegd gaat de laatste vraag onder de categorie service over de bediening van de applicatie. De vraag die gesteld is aan de consumenten is wat belangrijk gevonden wordt bij de bediening van de applicatie en de dienst. De keuzemogelijkheden liepen uiteen van het in kunnen voeren van meerdere kentekens tot kunnen parkeren in parkeergarages. Ook het met één druk op de knop kunnen starten en beëindigen van een parkeeractie en parkeren op afstand waren antwoordmogelijkheden. De laatste antwoordmogelijkheid was een waarschuwing ontvangen wanneer de parkeertijd afloopt.

In figuur 4.11 is weergegeven hoe de respondenten denken over de bediening van de applicatie. Met name het zo makkelijk kunnen starten en beëindigen van de parkeeractie wordt belangrijk gevonden door de respondenten. Ruim 57% van de respondenten geeft dit namelijk aan. Bijna 20% gaf aan dat ze wel de wens hebben om te kunnen parkeren in parkeergarages. Het kunnen invoeren van meerdere kentekens is nog wel door bijna 15% van de respondenten gewenst. Het ontvangen van een waarschuwing en het regelen van parkeren op afstand, bijvoorbeeld wanneer een zakelijke relatie op bezoek komt, blijken niet zo belangrijk te zijn voor de respondenten. Dit zijn wel diensten die worden aangeboden door parkeerproviders.



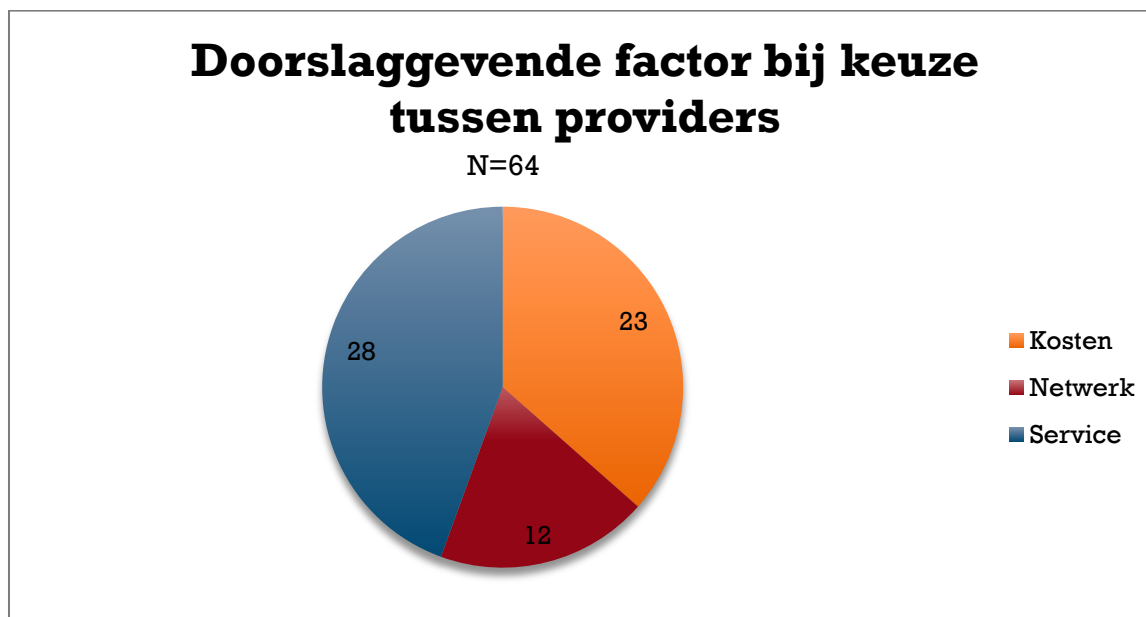
Figuur 4.11 Mogelijkheden van applicatie

4.3.4 Verbanden

De laatste vraag in de enquête richtte zich op de afweging die consumenten gemaakt hebben toen ze gekozen hebben voor hun huidige parkeerprovider. Bij deze vraag zijn drie antwoordmogelijkheden gemaakt die zich richten op de drie categorieën die zijn onderscheiden in de enquête. De antwoordmogelijkheden waren als volgt:

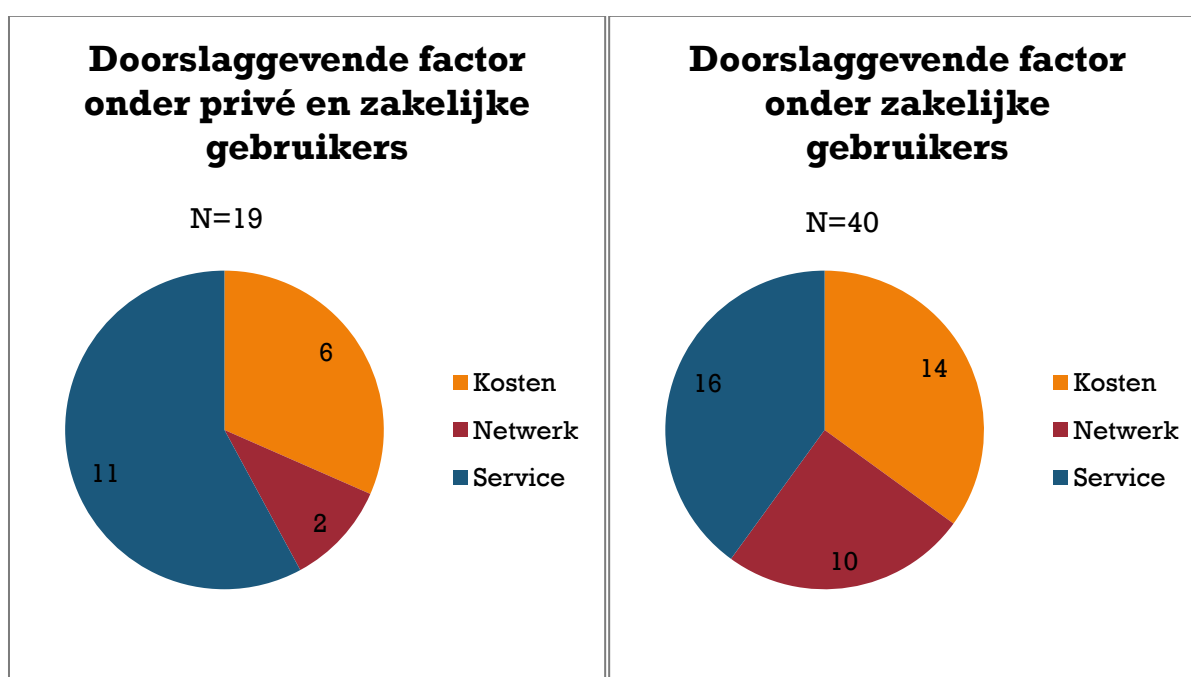
- Ik heb gelet op hoe het aangeboden netwerk eruit ziet
- Ik heb gelet op welke applicatie de gebruiksvriendelijkste applicatie is
- Ik heb gelet op welke applicatie de goedkoopste optie is

Het volgende figuur laat zien waar consumenten het meest op letten bij de keuze voor een parkeerprovider. Voor de meeste respondenten blijkt kosten niet de grootste drijfveer voor de keuze van een bepaalde parkeerprovider. Het ligt wel in de aard van de Nederlander om te gaan voor een goedkope optie. De meeste respondenten hebben gelet op de service die de parkeerproviders bieden, het gaat dan om 44% van de 63 respondenten. Op de kosten heeft 37% van de respondenten gelet wat neer komt op 23 van de 63 personen. Het minste aantal respondenten heeft gekozen voor het netwerk dat providers aanbieden, slecht 19% geeft aan hier naar gekeken te hebben.



Figuur 4.12 Afweging tussen providers

Een aantal factoren hebben mogelijk invloed hebben op de mening die gebruikers van parkeerproviders over de producten hebben. Om dit te onderzoeken zijn een aantal kruisverbanden gelegd. Zo is gekeken naar de invloed die verschillende woonplaatsen, het geslacht van de gebruiker en de ervaring met parkeerproviders hebben op de mening van de gebruiker. Een eerste opvallend verband is het verband tussen de wijze van gebruik en de doorslaggevende factor bij de keuze voor een bepaalde provider. De personen die enkel privé gebruik maken van een provider hebben allemaal als doorslaggevende factor de kosten aangegeven. Het verschil tussen personen die het zowel zakelijk als privé of alleen zakelijk gebruiken is hieronder weergegeven.



Figuur 4.13 Vergelijking doorslaggevende factoren

Wat in figuur 4.13 opvalt, is dat een verschil lijkt te bestaan tussen de doorslaggevende factor voor de gebruikers. Nu is het wel zo dat meer zakelijke gebruikers de enquête hebben ingevuld dan gebruikers die het zowel privé als zakelijk gebruiken. De personen die voor beide doeleinden gebruik maken van een parkeerprovider hechten blijkbaar toch meer waarde aan de service die een parkeerprovider biedt. Het netwerk is voor die personen blijkbaar nog minder van belang. Onder zakelijke gebruikers is het figuur vergelijkbaar met figuur 4.12 waarin de doorslaggevende factoren van alle gebruikers staan.

Als gekeken wordt naar de postcodes die de geënquêteerden hebben opgegeven dan blijkt dat het grootste gedeelte van de gebruikers uit de Randstad komt. Dit is niet zo'n schokkend resultaat aangezien daar het grootste deel van de Nederlandse bevolking woont. Daarnaast vindt 60% van het parkeerprovider gebruik in Amsterdam plaats. Met betrekking tot de postcode zijn geen grote verschillen te ontdekken tussen de geënquêteerden. Wanneer op basis van geslacht een selectie wordt gemaakt zijn er eigenlijk geen steekhoudende verschillen te zien. Dit is mede vormgegeven door het feit dat slechts acht vrouwen de enquête hebben ingevuld, het enorme verschil tussen respons van beide geslachten maakt het moeilijk om iets steekhoudends te concluderen. Uit de gegevens die nu binnen zijn lijken er geen significante verschil te zitten tussen de antwoorden van mannen en vrouwen.

Op basis van de enquête is het onderzoek helaas niet representatief en betrouwbaar te noemen. Met betrekking tot de representativiteit is het niet gelukt om een goede afspiegeling van de populatie te behalen. De populatie bevatte de gebruikers van alle parkeerproviders. Het bleek helaas niet mogelijk om een gelijke verspreiding onder alle parkeerproviders te bereiken. Ook lijkt het resultaat van de enquête niet betrouwbaar omdat onvoldoende respons is gekomen op de enquête en daardoor niet iets gezegd kan worden over de gehele populatie.

In het volgende hoofdstuk is weergegeven wat deze enquête resultaten precies betekenen voor de deelvragen. Ook wordt in het volgende hoofdstuk een antwoord gegeven op de hoofdvraag. Daarnaast is in paragraaf een evaluatie te lezen die teruggrijpt op het verloop van het onderzoek.

5. Conclusie

Dit hoofdstuk staat in het teken van de antwoorden geven op de geformuleerde deel- en hoofdvragen. Ook wordt er aandacht besteed aan een evaluatie van het onderzoek en mogelijke verbeteringen ten aanzien van mogelijk verder onderzoek.

5.1 Beantwoording deelvragen

Voorafgaand aan het onderzoek zijn een zestal deelvragen opgesteld, tijdens het onderzoek is op basis van deze deelvragen onderzoek gedaan. De deelvragen ondersteunen de hoofdvraag in het onderzoek en vormen samen dus de basis voor de beantwoording van de hoofdvraag. Hieronder wordt het antwoord op iedere deelvraag gegeven. Natuurlijk wordt begonnen met deelvraag één: Wat verwacht een consument van een parkeerprovider?

Het antwoord op deze vraag is gekomen uit de afgenomen enquêtes, met name uit de eerste paar enquête vragen is het antwoord naar voren gekomen. Ook Tomas Novak heeft in het interview al een behoorlijke voorzet gegeven op deze deelvraag. De consument verwacht namelijk dat de parkeerprovider een zo eenvoudig mogelijk betaalwijze aanbiedt voor een dienst waarvoor ze liever niet betalen. Om samen te vatten kan een Nederlands spreekwoord worden gebruikt, namelijk; gemak dient de mens. En voor dat gemak wil een mens wel betalen. Ook uit de laatste enquêtevraag blijkt dit, in de afweging tussen providers wordt het meest gekeken naar service, gevolgd door kosten. Andere verwachtingen die consumenten hebben gaan in het netwerk en extra diensten, zo wil de consument graag in iedere middelgrote stad kunnen parkeren en zou de mogelijkheid om te kunnen parkeren in garages ook prettig zijn.

De tweede deelvraag luidde als volgt; welk voordeel zien consumenten in het gebruik van parkeerproviders? Deze vraag overlapt enigszins met de eerste deelvraag. Het antwoord kan dan ook enigszins uit dezelfde vragen gehaald worden, het blijkt dan ook dat het voordeel voor consumenten puur uit gemak voortvloeit. Ze hoeven namelijk niet meer naar een parkeerautomaat te lopen en te denken om kleingeld of een aparte pinhandeling te doen. Eens in de zoveel tijd wordt heel eenvoudig een bedrag afgeschreven, de consument hoeft daarvoor geen enkele handeling uit te voeren.

De derde deelvraag ging over de betaalwijze die gebruikt wordt door de consumenten en welke als beste wordt beoordeeld. Hans Schoolderman van de gemeente Zwolle gaf een voorzetje door aan te geven dat hij een wallet gebruikt en dat ideaal vindt mede omdat hij de wallet ook gebruikt voor andere zaken. Uit de enquête is naar voren gekomen dat het grootste deel van de geënquêteerden via automatische incasso betaalt. Ook kwam uit de enquête naar voren dat slecht één iemand die automatische incasso gebruikt niet tevreden is over die betaalwijze, alle andere 56 personen zijn wel tevreden over die betaalwijze. Waaruit blijkt dat onder de geënquêteerden de betaalwijze automatische incasso al beste wordt gezien.

Als vierde deelvraag is een vraag gesteld die gaat over de aangeboden netwerken. De vraag luidt namelijk; Wat zijn de onstreet/offstreet parkeerlocaties die consumenten nuttig vinden? De vragen tien, elf en twaalf uit de enquête beantwoorden geven het antwoord op deze vraag. Uit de vragen is naar voren gekomen dat het grootste deel van de consumenten enkel nog op straat kan parkeren en dat meer dan de helft van de

geënquêteerden gebruik maakt van een netwerk dat kleiner dan 50 steden groot is. Uit de enquête gebleken dat de helft van de mensen graag zien dat ze kunnen parkeren in alle middelgrote steden. Een iets kleiner gedeelte van de geënquêteerden (42%) gaf aan dat ze ook graag in parkeergarages willen kunnen parkeren. Met name het op straat kunnen parkeren in alle middelgrote steden vinden consumenten nuttig, vlak daarachter komt het parkeren in garages.

Deelvraag vijf ging in op de extra dienstverlening, dus naast de parkeerdienst, die consumenten willen afnemen, dus welke ze als nuttig zien. Een behoorlijk aantal consumenten geeft aan dat ze het handig vinden om meerdere kentekens op een applicatie te kunnen bedienen en dat het ook wel handig kan zijn om te kunnen parkeren bij carwash en tankstations. Andere diensten worden nauwelijks als nuttig gezien door de consumenten. Een groot gedeelte van de geënquêteerden gaf aan dat ze eigenlijk alleen de parkeerdienst nuttig vinden.

Als laatste deelvraag werd ingegaan op welke factoren voor consumenten het belangrijkste zijn bij de keuze voor een parkeerprovider. Waar baseren de consumenten de keuze precies op. Al in de opzet van het onderzoek zijn drie categorieën onderscheiden waarop de parkeerproviders van elkaar verschillen. In de laatste vraag van de enquête is hier specifiek op ingegaan. Het blijkt dat een heel groot deel kijkt naar de service die geboden wordt en dat ook kosten nog behoorlijk belangrijk gevonden wordt. De geënquêteerden kijken weinig naar de aangeboden netwerken.

Met name uit het interview met Tomas Novak is naar voren gekomen dat de kosten behoorlijk belangrijk zijn voor de consumenten. Om die reden speelt de ene parkeerprovider die de groep beheert waar hij voor werkt ook juist in op dit kostenaspect. De ander parkeerprovider die onder dezelfde groep valt speelt juist meer in op de services, dit komt behoorlijk overeen met de resultaten uit de enquête. Ook de experts van de verschillende gemeentes gaven voornamelijk deze beide aspecten aan. In de gesprekken met de vertegenwoordigers van de drie gemeenten werd wel meer gerefereerd aan het service aspect dan aan de kosten.

5.2 Beantwoording hoofdvraag

De vraag die is neergelegd voor dit onderzoek en die kwam vanuit het SHPV is eigenlijk rechtstreeks de hoofdvraag geworden. De hoofdvraag luidde: om welke redenen kiezen consumenten voor het gebruik van een parkeerprovider en, wanneer zij dat doen, met welke overweging kiezen consumenten een bepaalde parkeerprovider? Een vraag die het beste gesteld kan worden aan de personen waar het omgaat, namelijk de consumenten die gebruik maken van een parkeerprovider.

In principe bestaat de hoofdvraag uit twee delen, het eerste deel gaat over de reden waarom consumenten kiezen voor het gebruik van een parkeerprovider. Het antwoord op die vraag is vrij simpel. Consumenten kiezen namelijk voor het gebruik van een parkeerprovider omdat het gemakkelijk is in de betaling en omdat naar een parkeerautomaat lopen niet meer nodig is. In plaats van het per parkeerbeurt betalen worden nu parkeerbeurten verzameld en wordt dat eens in per paar weken automatisch afgeschreven. Ook vervalt het risico op parkeerboetes omdat het parkeertegoed op is.

Het tweede deel van de vraag gaat over de afweging tussen de verschillende parkeerproviders die actief zijn. Uit het onderzoek is gebleken dat een drietal factoren van belang zijn, die factoren omvatten meerdere dingen maar zijn goed te onderscheiden. Het gaat dan om de volgende factoren:

- Kosten
- Netwerk
- Service

Bij kosten is nauwelijks uitleg nodig, het gaat om de bedragen die betaald worden aan de parkeerprovider. Het netwerk is het aanbod per parkeerprovider, het aantal steden dat aangeboden wordt maar ook onstreet en offstreet parkeermogelijkheden. Bij service gaat het om twee dingen, de eerste is de bediening van de applicatie en welke mogelijkheden daarin zijn. De tweede onder het kopje service zijn extra diensten die aangeboden worden.

Consumenten kijken met name naar de service die ze krijgen en naar de kosten. Veel minder kijken consumenten naar de netwerken die ze per parkeerprovider kunnen gebruiken. Bij service gaat het dan wel weer vooral over de bediening van de applicatie en minder over de extra diensten die worden aangeboden.

Het volledige antwoord op de hoofdvraag is dus als volgt. Consumenten kiezen voor het gebruik van een parkeerprovider omdat het voor hen minder moeite kost dan traditioneel betalen voor parkeren, het is gemakkelijker. Bij de keuze tussen een aantal parkeerproviders wordt een overweging gemaakt tussen de kosten voor het product en hoe eenvoudig het te bedienen is, de provider met de beste balans tussen beide wordt gekozen.

5.3 Evaluatie

Over het onderzoek zelf ben ik tevreden, de vergaarde informatie, de interviews en de begeleiding is allemaal voldoende naar mijn indruk. Onderzoekstechnisch klopt het onderzoek niet helemaal. Het doel was namelijk om een hogere betrouwbaarheid uit de enquêtes te halen, wat neerkwam op het afnemen van ruim 370 enquête. Helaas is dit niet gelukt en is er maar een minimaal aantal enquêtes uitgezet wat heeft geresulteerd in ook een lage respons. Betrouwbaar is de uitslag van de enquête daarom niet te noemen.

Wat de representativiteit vermindert is het gegeven dat met de enquêtes niet de consumenten van alle providers zijn bereikt, slechts een klein aandeel consumenten van een aantal providers hebben de enquête ontvangen. De wijze van onderzoek is wel correct geweest ik heb onderzocht wat ik wilde onderzoeken. De resultaten zijn helaas slechts representatief voor een deel van de populatie. De populatie beperkt zich eigenlijk tot de klanten van de parkeerproviders die wel de enquête hebben uitgezet, dat betekent dat de klanten van het grootste deel van de parkeerproviders niet bereikt zijn.

Jammer is het wel dat het niet mogelijk is geweest om via alle parkeerproviders de consumenten te bereiken. Dit was namelijk de enige manier om binnen het tijdsbestek voldoende respons te krijgen op de enquête. Het onderzoek was in dat geval meer volledig geweest en had mijzelf als onderzoeker ook meer voldoening gegeven. Helaas

behoorde dat niet tot de mogelijkheden, op zich is dit ook jammer voor de parkeerproviders zelf, aan betrouwbare en representatieve resultaten hadden ze zelf iets meer kunnen hebben. Met betrekking tot de validiteit van het onderzoek is aan te geven dat wel de vragen zijn gesteld die moesten leiden tot een gewenst resultaat, beantwoording van de hoofdvraag. Daarnaast is uit meerdere onderzoeksmethoden, in dit geval het afnemen van enquêtes en het houden van interviews, dezelfde indruk opgeemaakt, wat convergente validiteit genoemd kan worden.

In relatie tot de doelstelling en de probleemstelling van het onderzoek is te concluderen dat het probleem niet zo groot is als vooraf werd gesteld. Het probleem was namelijk dat parkeerproviders en gemeenten niet duidelijk hadden wat de redenen van een consument zijn om te kiezen voor een consument. Omdat ze die redenen niet duidelijk hadden is het lastig om op de wensen in te spelen. Uit de interviews en enquêtes is gebleken dat de indrukken van experts over de redenen behoorlijk goed te noemen zijn. Wat dat betreft voorziet dit onderzoek enkel in een bevestiging voor de partijen waarop ze verder kunnen bouwen. Het geeft ook direct aan hoe teruggekeken kan worden op de doelstelling van het onderzoek. De doelstelling was namelijk om duidelijkheid te scheppen over de behoeften van consumenten met betrekking tot parkeerproviders.

Met het oog op de toekomst kan dit onderzoek bijdragen aan een discussie onder de parkeerproviders en gemeenten. Wellicht vloeien daar nog vervolgonderzoeken uit voort en kunnen de parkeerproviders daarmee hun eigen positie verbeteren en gezamenlijk met gemeente afspraken maken en doelen stellen. Samen staan ze namelijk sterker en kunnen ze meer bereiken. Ook kunnen parkeerproviders op basis van dit onderzoek en mogelijk vervolgonderzoek hun strategie meer specifiek maken en hiermee hun dienstverlening verbeteren. Voor in het bijzonder (middel)grote steden kan een specifieke enquêtevraag meegenomen worden. Uit een enquêtevraag kwam namelijk naar voren dat veel mensen van mening zijn dat iedere (middel)grote stad de mogelijkheid moet bieden om te kunnen betalen met een parkeerprovider.

Voor mij als verkeerskundige in opleiding was dit onderzoek vooral nuttig om te doen als gekeken wordt naar de onderzoeks- en rapportagevaardigheden. Met de harde kant van de verkeerskunde ben ik weinig in aanraking gekomen tijdens het uitvoeren van dit onderzoek. Ik heb wel kennis kunnen maken met een vrij nieuwe kant van de verkeerskunde waarin data via nieuwe bronnen een grote rol speelt. Natuurlijk heeft parkeren te maken met de inrichting van de openbare ruimte en de gastvrijheid die een stad biedt. De mogelijkheid om te kunnen betalen via een parkeerprovider draagt naar mij mening bij aan de gastvrijheid van een stad.

Literatuur

<http://www.shpv.nl/>

<http://www.shpv.nl/diensten/voor-parkeerders.html>

<http://www.shpv.nl/servicehuis-parkeren/missie-en-visie.html>

<http://www.shpv.nl/diensten/voor-providers.html>

Informatiseringsplan basis voor slimme publiek-private parkeeroplossing; Runia, L & Zwaan, J; Verkeer in Beeld #2, mei 2014.

<http://www.parkmobile.nl/downloads/press/2013-1-31-persbericht-parkmobile-parkeeronderzoek.pdf>

http://kassa.vara.nl/tv/afspeelpagina/?vHash=%27%3D671d0ab44c4374f625459b6952f644bd&tx_varakassamedia%5Buid%5D=4804878&cHash=45ab30201384a6b5ed255790ba37b57f

[http://kassa.vara.nl/fileadmin/user_upload/attachments/kassa2013/Kosten Parkeerapps.pdf](http://kassa.vara.nl/fileadmin/user_upload/attachments/kassa2013/Kosten_Parkeerapps.pdf)

Verschillende relevante artikelen afkomstig van;

<http://www.acquirepublishing.nl/parkeer24>

Verscheidene websites van parkeerproviders met daarop relevante informatie;

<http://www.parkmobile.nl/>

<http://yellowbrick.nl/>

<http://parkeren.mkb-brandstof.nl/home>

<http://www.anwb.nl/verkeer/nederland/parkeren/anwbparkeren>

<http://www.park-line.nl/>

<http://www.3377.nl/>

<http://www.myorder.nl/>

<http://www.smsparking.nl/>

Bijlagen

1. Kostenvergelijking parkeerproviders september 2014
2. Enquête consumenten parkeerproviders
3. Resultaten consumenten parkeerproviders

	SMS Parking	MyOrder	Sunhill	Parkmobile	Park-line	Yellowbrick	ANWB Exclusief voor leden	MKB Brandstof
Website	www.smsparking.nl	www.myorder.nl	www.sms-park.nl	www.parkmobile.nl	www.park-line.nl	www.yellowbrick.nl	ANWB.nl/mobielparkeren	www.mkb-brandstof.nl
App	APP-Parking van SMS Parking voor iPhone, Android, Windows en Blackberry. Parkeerautomaat bepalen via GPS, meerdere auto's tegelijk kunnen parkeren.	https://itunes.apple.com/nl/app/myorder-bestellen-en-betaalen/id681184124?mt=8 https://play.google.com/store/apps/details?id=com.myorder&hl=nl		Parkmobile APP is beschikbaar voor iPhone, iPad, Android, Android Tablet, Windows8 en Windows7 en Blackberry. Mobiel parkeren via bellen en SMS werkt op iedere mobiele telefoon.	Park-line APP is beschikbaar voor iPhone, iPad, Android, Windows en Blackberry. Mobiel parkeren via bellen en SMS werkt op iedere mobiele telefoon.	iPhone, Android en Windows mobile	ANWB Onderweg is beschikbaar voor iPhone en Android. Per 1/8 Windows Phone. Belparkeren via het 088 nummer werkt op iedere mobiele telefoon.	Gratis app "Parkeren met MKB Brandstof"
Aantal steden	72	36	>33	>105 Nederlandse Steden & >15 Belgische steden >40 aangesloten parkeergarages	>120, >300 aangesloten garages	>120 straat en garage parkeren	>116	37
Kosten aanmelden	€ 5,00 per klant ongeacht het aantal gebruikers/kentekens Parkeerstickers: € 1,00 per stuk, heeft u nodig in Oss, Roosendaal, Berg op Zoom, Tiel en Groningen	geen	geen	Gratis, (extra kenteken na registratie € 1,00) (extra gebruiker is gratis) Optioneel: Parkmobile Parkeerkaart plus plakhoesje € 5,00 voor als u mobiel wilt parkeren in: Bergen op Zoom , Breda , Goes , Groningen , Leiden , Nieuwegein , Noordwijk , Oldenzaal , Oss , Oud-Beijerland , Roosendaal , Schiedam , Uden en Valkenswaard .	€ 5,00 per gebruiker (incl. parkeerkaart, plakhoesje en handleiding) Garagekaart € 5,00 per Gebruiker In- en uitrijden bij ruim 300 parkeergarages in heel Nederland.	€ 10,00 ind. 1 transponderkaart en 1 P+ pas	Gratis voor ANWB leden Ind. 1 transponderkaart en 1 P+ pas € 5,00 per extra transponder of P+ pas (*) (*) P+ pas: in- en uitrijden bij 100 Q-Park garages en P&R locaties	n.v.t.
Abonnement*	€ 1,30 per maand, per account ongeacht het aantal gebruikers/kentekens	geen	geen	€ 2,00 per maand per kenteken (niet verplicht)	Parkeerkaart € 2,50 per maand per gebruiker Garagekaart € 0,50 per maand	€ 0,75 per week (inclusief garage-parkeren)	€ 0,55 per week	n.v.t.
Kosten per parkeeractie Met abonnement	€ 0,16 via app of internet € 0,32 via sms (2 x € 0,16)	n.v.t.	n.v.t.	€ 0,00	Straat: € 0,15 app, internet, bellen € 0,15 p.m. garage: € 0,25 per parkeeractie	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,20 excl. BTW voor klanten van MKB brandstof
Zonder abon.	€ 0,24 via app of internet - € 0,48 via sms (2 x € 0,24)	€ 0,22 per transactie	SMS kosten + € 0,25 serv. kosten. Iedere sms 1 uur	€ 0,25		€ 0,34 (2 x € 0,17)	€ 0,25	€ 0,24 incl. BTW voor niet-MKB-brandstof klanten (prepaid Klanten)
SMS herinnering	€ 0,16 (email gratis)	gratis	gratis	€ 0,25 E-mail & App gratis	€ 0,25 App gratis	€ 0,35	€ 0,35** In de ANWB Onderweg app kunt u ook gratis notificaties instellen	Gratis (push berichten)

Betaling	1 x per maand automatische incasso of creditcard Kosten creditcard gebruik: 3,5% handlingfee	via MiniTix, ideal, PayPal of creditcard. MiniTix is een mobiele portemonnee. Deze is gekoppeld aan het 06-nummer van de gebruiker. Om hiermee te betalen, moet deze opgewaardeerd worden. Dit kan via iDeal Mobiel, PayPal, Credit Card en opwaardeer kaarten.	Automatisch via de factuur van uw mobiele telefoon aanbieder of het prepaid tegoed.	Maandelijks automatisch incasso: geen extra kosten Creditcard: 3 % toeslag (Visa of Mastercard)	Maandelijks automatische incasso of creditcard. (Amex, Visa, Master) (geen extra kosten!)	Maandelijks of wekelijks automatische incasso op bankrekening of creditcard	Wekelijks automatische incasso of creditcard ** betaling via telefoonrekening	MKB Brandstof Klant? Alle transacties vind je terug op de factuur. Betaling, wekelijks achteraf, met de afrekening van de tanktransacties. Geen MKB Brandstof klant? d.m.v. een iDEAL transactie verhoog je het parkeertegoed. Maandelijks ontvang je een e-mail met een overzicht van de parkeertransacties.
Aanvulling per provider	Actie Men krijgt een parkeertegoed van € 10,00 actiecode: parkeerbonus.	Benoemde kosten zijn INCLUSIEF BTW		Hoogst gewaardeerde en meest uitvoerige Parkeer App in Nederland, 4,5 ster (zie onder tabel) Enige provider waarbij het mogelijk is via de App een kenteken toe te voegen / gebruikers toevoegen, factuur downloaden, persoonlijke gegevens aan te passen, direct overzicht van parkeertarieven in een stad en nog veel meer. Enige provider waarbij het mogelijk is aan een 06-nummer meerdere voertuigen te koppelen. Direct bruikbaar in België!	In- en uitrijden bij ruim 300 parkeergarages in heel Nederland. Betalen voor tanken bij 99,9% van alle aangesloten tankstations (alleen voor bedrijven) Gratis extra functionaliteiten: Blok tijden, sms/projectcode, extra informatie toevoegen aan parkeeracties, wasservice, schiphol en Eindhoven, kostenplaatsen, gedetailleerd factuur, factuur per email.	Volledige informatie voor particuliere en/of zakelijke klanten op de website. Extra services (betaald) als de SMS reminder staan bij Yellowbrick standaard uit en worden naar wens door de klant geactiveerd. Bij Yellowbrick worden alleen de kosten van de SMS reminder via de telefoonrekening gefactureerd.	Prijzen zijn voor consumenten inclusief BTW en exclusief BTW voor ondernemers	Eenvoudig parkeren zonder klein geld, Geen verborgen kosten of dure sms'jes. Al uw parkeerbeurten op uw verzamelfactuur. Gratis waarschuwing als u weer vertrekt voor € 0,20 per parkeerbeurt.

Enquête consumenten parkeerproviders

In samenwerking met het SHPV* en de Hogeschool Windesheim doet uw parkeerprovider samen met een aantal andere parkeerproviders onderzoek. Dit onderzoek richt zich op de reden van uw keuze voor een parkeerprovider en uw mogelijke wensen. Met de uitkomsten van dit onderzoek kunnen de parkeerproviders hun dienstverlening verbeteren.

Het invullen van de enquête neemt slechts tien minuten in beslag. Met het besteden van deze tien minuten helpt u ons met het onderzoek, daarvoor hartelijk dank.

Bij voorbaat dank,

Martijn Bentum
Student Mobiliteit te Hogeschool Windesheim

*Servicehuis Parkeer- en Verblijfsrechten (www.shpv.nl)

Algemene vragen

1. Wat is uw geslacht?
 - A. Man
 - B. Vrouw
2. Wat zijn de vier cijfers van uw postcode?

3. Hoe maakt u gebruik van de dienst?
 - A. Zakelijk
 - B. Privé
 - C. Zowel zakelijk als privé
4. Hoelang maakt u al gebruik van een parkeerprovider?
 - A. Minder dan een half jaar
 - B. Minder dan een jaar
 - C. Minder dan twee jaar
 - D. Meer dan twee jaar
5. Om welke reden bent u een parkeerprovider gaan gebruiken?
 - A. Gemak
 - B. Overzichtelijker
 - C. Goedkoper
 - D. Niet meer naar een automaat lopen
6. Maakt u nog steeds gebruik van de parkeerprovider die u als eerste koos?
 - A. Ja
 - B. Nee
7. Waarom heeft u gekozen voor de parkeerprovider die u nu gebruikt?
 - A. De goedkoopste optie
 - B. Aanbevolen door anderen
 - C. De meest gebruiksvriendelijke optie
 - D. De parkeerprovider biedt extra diensten aan
 - E. De parkeerprovider biedt voor mij passende parkeerlocaties aan

Kosten

De volgende vragen gaan in op de wijze waarop u betaalt voor de parkeeracties die u registreert met uw parkeerapplicatie

8. Op wat voor wijze voldoet u op dit moment uw betaling aan een parkeerprovider?
 - A. Via automatische incasso aan het eind van een periode
 - B. Per parkeeractie
 - C. Via het abonnement van mijn telefoon.
 - D. Via Ideal
 - E. Via een losse Wallet
 - F. Via Paypal
9. Vindt u de wijze waarop uw betaling nu wordt voldaan de beste wijze?
 - A. Ja
 - B. Nee

Netwerken

Onderstaande vragen gaan in op de locaties waar u kunt parkeren met uw parkeerapplicatie.

10. Op welke locaties kunt u momenteel parkeren?
 - A. Enkel op straat
 - B. Zowel op straat als in parkeergarages
 - C. Zowel op straat als in parkeergarages maar ook bij luchthavens, evenementlocaties en stadions
11. Hoe groot is de dekking van uw netwerk?
 - A. Ik kan in minder dan 50 steden parkeren
 - B. Ik kan in minder dan 100 steden parkeren
 - C. Ik kan in meer dan 100 steden parkeren
12. Hoe kunnen de netwerken volgens u verbeterd worden?
 - A. Iedere parkeerapp moet te gebruiken zijn in iedere (middel)grote stad.
 - B. Iedere provider zouden zowel parkeren in parkeergarages als op straat aan moeten bieden.
 - C. Ik ben tevreden met het huidige netwerk.

Service

De laatste vragen van deze enquête gaan in op de services die een aantal parkeerproviders aanbieden en waarvan u gebruik zou kunnen maken.

13. Welke extra diensten, naast het betalen voor parkeren, ziet u graag bij een parkeerprovider.
 - A. Geen enkele, alleen voor het betalen voor parkeren vind ik het handig.
 - B. Het is handig om meerdere voertuigen op één app te kunnen registreren.
 - C. Een parkeerservice bij locaties als Schiphol en andere luchthavens
 - D. Via de app kunnen betalen bij bijvoorbeeld een wasstraat en tankstation
14. Wat zou u nog meer willen doen met een parkeerapplicatie?
 - A. Betalen voor Tanken en Carwash
 - B. Een taxi of chauffeur bestellen en parkeren
 - C. Parkeervergunning kopen
 - D. Gebruik maken van combinatie acties*

E. Ik wil enkel kunnen parkeren met een parkeerapplicatie

*bijvoorbeeld parkeren op een bepaalde locatie in een stad en dan korting op een kop koffie of broodje.

15. Wat vindt u belangrijk als het gaat om de bediening van de applicatie en de dienst.

- A. Met één druk op de knop parkeeractie starten en stoppen
- B. Meerdere kentekens kunnen invoeren
- C. In parkeergarages kunnen parkeren
- D. Waarschuwing wanneer parkeertijd afloopt
- E. Parkeren op afstand*

*bijvoorbeeld de parkeerbetalingen regelen voor een zakelijke relatie die bij u langs komt.

16. Bij de keuze voor een parkeerprovider heb ik voornamelijk gekeken naar...

- A. Hoe ziet het netwerk wat de provider aanbiedt eruit?
- B. Hoe gebruiksvriendelijk is de applicatie?
- C. Hoeveel betaal ik voor het gebruik van de applicatie?