Bijlage B Doelgroep en segmentatie

Doelgroep en segmentatie

De onderzoeksdoelgroep is als volgt afgebakend:

- Eigenaren van MKB-bedrijven met maximaal 15 medewerkers en minimaal 1 bedrijfseigen bestelauto, die vervoer en logistiek niet als hoofdactiviteit hebben, maar voor het kunnen uitvoeren van hun bedrijfsactiviteiten wel afhankelijk zijn van vervoer en logistiek.

Buiten deze werkdefinitie vallen MKB-bedrijven die gespecialiseerd zijn in goederen- en personenvervoer en in logistieke dienstverlening, zoals transportbedrijven, pakketbezorgers, verhuizers, koeriers en taxibedrijven. Ook uitgesloten zijn bedrijven in de groot- en tussenhandel, die als toeleveranciers van MKB-bedrijven binnen de onderzoeksdoelgroep fungeren (denk bijv. aan Sligro en Technische Unie).

Subdoelgroepen:

	Vestigingen met maximaal 15 werknemers*	Potentiële doelgroep
Voedsel en bederfelijke waren: o.a. bakkers, slagers, groente- en fruitzaken, bloemisten, vishandel, kleine supermarkten (ook thuisbezorging), marktkooplieden	16.060 (3%)	13.650
Fashion: o.a. kleding-, schoenen-, sportwinkels. Vaak gaat het om bedrijven met meerdere filialen, die bestelauto's gebruiken voor beleveren van en vervoer tussen filialen	17.270 (3%)	14.680
Verkoop en installatie/reparatie van huishoudelijke apparatuur, wit- en bruingoed: o.a. wasmachines, keukenapparatuur, tv's en audio (ook service aan huis)	2.160 (0,4%)	1.840
Verkoop en installatie/reparatie van woning- en tuininrichting: o.a. meubels, gordijnen, harde vloeren, tapijt, behang, zonwering, planten en tuinmeubilair	6.180 (1%)	5.250
Verkoop, verhuur, reparatie en onderhoud van vervoermiddelen: o.a. autodealers, fietsenhandel, bromfietsverkopers, vakgarages, handel in invalidevoertuigen	32.790 (7%)	27.870
Horeca en recreatie: o.a. cafés, hotels, restaurants, snackbars, cafetaria, campings (ook thuisbezorgen van maaltijden en catering)	43.540 (9%)	37.010
Kleine bouwaannemerij/timmer- en klusbedrijven: o.a. nieuwbouw, renovatie, deuren en kozijnen plaatsen, dakkapellen, wegaanleg en -onderhoud, riolering	88.600 (18%)	75.310
Afbouw en montage: o.a. vloerenleggers, stukadoors, keukenmonteurs, tegelzetters, kitters, voegers, isolatie, dakdekkers	220.620 (44%)	187.530
Installatietechniek: o.a. elektriciens, loodgieters (water en sanitair), installateurs van ICT, zonnepanelen en verwarming/koelsystemen (energiesystemen), klimaat- en luchtbehandeling, toegangs- en beveiligingsapparatuur	21.560 (4%)	18.330
Onderhoud en renovatie van woningen en bedrijfspanden: o.a. schilders, behangers, gevelonderhoud en muurreiniging,	21.800 (4%)	18.530
Servicebedrijven (bedrijfspanden en particuliere woningen): o.a. interieurschoonmaak, glazenwassers, servicemonteurs van ICT en kopieerapparaten, beveiliging, dierplaagpreventie, onderhoud van koffiemachines en tapwacht voor horeca	20.750 (4%)	17.640
Hoveniers en groenvoorzieners: tuinaanleg, tuinonderhoud, vijvers, onderhoud openbaar groen, beschoeiingen, aanleg en onderhoud speeltuinen en sportvelden	10.970 (2%)	9.320
Totaal	**502.300 (100%)**	**426.960**

* Op basis van LISA-data. Niet alle SBI-sectoren sluiten 1 op 1 aan bij de door u genoemde sectoren. Zo vallen snackbars (onderdeel horeca en recreatie) onder 'Fastfoodrestaurants, cafetaria's, ijssalons, eetkramen e.d.', het meest fijnmazige niveau.

Kennis uit eerder kwalitatief onderzoek

In opdracht van de Topsector Logistiek heeft onderzoeksbureau Ferro Explore in 2020 en 2021 kwalitatief onderzoek verricht onder MKB-ondernemers naar gedragsbepalende factoren t.a.v. het bestaande gebruik van bestelauto's en t.a.v. de overgang naar ZE vervoer en logistiek. Hierbij is gekeken naar intrinsieke factoren (individuele percepties, waarden en motivaties bij ondernemers) en extrinsieke factoren (invloeden vanuit de sociale en fysieke omgeving).

Verkenning MKB stadslogistiek: van fossiele brandstof naar zero emissie (november 2020)

- De bestelauto wordt door ondernemers gezien als onmisbaar voor het kunnen uitvoeren van de bedrijfsactiviteiten. De beschikbaarheid van eigen vervoer op elk gewenst moment vindt men zeer belangrijk. Hierdoor is men niet afhankelijk van anderen, wat aansluit bij de kernwaarde van vrije en zelfstandig ondernemer.
- Het bezit en gebruik van een bedrijfseigen bestelauto is sterk bepaald door gewoonte en de sociale norm binnen het MKB: 'een zelfstandige ondernemer heeft een eigen bus'.
- Bepalende factoren bij de keuze en aanschaf van de bedrijfswagen zijn: gemak (altijd beschikbaar, je hoeft er niet over na te denken), kosten (in vergelijking met uitbesteding aan derden; meestal tweedehands i.v.m. lagere afschrijving), betrouwbaarheid/bedrijfszekerheid (moet het gewoon altijd doen), klantenbinding en representativiteit (bus is zichtbaar en herkenbaar uithangbord van het bedrijf).
- MKB-ondernemers denken/redeneren vooral vanuit eigen positie en handelingsperspectief (de functionaliteit en effectiviteit van het eigen bedrijfsvervoermiddel voor de bedrijfsvoering) en veel minder vanuit een beter milieu en duurzame leefomgeving. Dat zorgt ervoor dat bij de keuze en aanschaf van een bedrijfswagen het bedrijfsbelang (m.n. kosten en bijdrage aan effectieve en efficiënte bedrijfsvoering) centraal staat. Duurzaamheid en Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen spelen vrijwel geen rol bij de keuze en aanschaf van een bedrijfswagen. Er is weliswaar een positieve grondhouding t.a.v. duurzaam vervoer ('ZE is de toekomst'), maar dit is onvoldoende trigger om de overstap naar ZE/EV te maken.
- De meeste ondernemers nemen t.a.v. de transitie naar ZE een afwachtende houding (reactief i.p.v.. pro-actief) aan. Hierbij speelt ook de impact van de coronacrisis op de financiële positie van een deel van het MKB (m.n. horeca en non-food). Daar staat tegenover dat tijdens corona m.n. in de bouw hoge rendementen zijn gedraaid.
- De kennis over ZE vervoer en ZE zones is zeer gering. Er bestaan veel mispercepties en verwarring. Dit komt ook door de gebruikte terminologie (o.a. verwarring van toekomstige ZE zones met bestaande milieuzones, onbekendheid met begrippen logistiek en zero emissie).
- Ondanks een positieve grondhouding t.a.v. duurzaam vervoer roepen de maatregelen m.b.t. ZE stadslogistiek (m.n. de invoering van ZE zones vanaf 2025) bij de grote meerderheid ongeloof, kritiek en weerstand op. Die worden gezien als inbreuk op en aantasting van de keuzevrijheid, onafhankelijkheid en ongebondenheid van Mkb'ers als zelfstandig ondernemer. Men accepteert geen dwang of drang van overheid. Men mist ook een breder kader: hoe past dit in het totale milieubeleid, welke maatregelen voor andere vervuilende sectoren (personenmobiliteit, luchtvaart, landbouw)?
- Geconfronteerd met de ZE-maatregelen (m.n. de ZE zones) leeft sterk het gevoel is dat het MKB weer kop van jut is. Hierbij wijst men ook op de stapeling van maatregelen en regeldruk door landelijke en gemeentelijke overheden, waardoor ondernemen moeilijk wordt en de financiële positie onder druk komt. Daarbij wordt ook gewezen op de impact van corona. Ook wordt de termijn van vijf jaar te kort gevonden voor overschakeling naar ZE vervoer, omdat de bestaande bus nog niet is afgeschreven en het aanbod aan elektrische bestelauto's (vooral tweedehands) als te beperkt wordt gezien.
- Als respons op de maatregelen ziet men vooral de vervanging van de bestaande dieselwagen door een vergelijkbaar elektrisch model. Alternatieven (meer door derden laten doen, andere inrichting van het logistieke proces) vinden de meeste ondernemers praktisch onwerkbaar of (financieel) onhaalbaar. De beschikbaarheid en het gemak van een eigen bestelauto vormt de gewoonte en de norm binnen het MKB. Daarbij speelt ook sterk de behoefte aan zelfstandigheid en onafhankelijkheid.

- Men ziet veel praktische bezwaren tegen aanschaf en gebruik van een elektrische bestelauto: hoge investerings- en afschrijvingskosten, beperkt aanbod (m.n. tweedehands), problemen met opladen accu, lage actieradius (risico van stilstaan onderweg), beperkte laadruimte (i.v.m. ruimtebeslag door accupakket), te weinig trekkracht bij vervoer van zware producten en materieel en gebruik van een aanhanger. Als voordeel ziet men lagere brandstofkosten en 'meegaan in de duurzaamheidstrend'. Maar in de beeldvorming wegen de voordelen en kansen niet op tegen de veronderstelde nadelen en risico's.
- De meeste ondernemers willen de overstap naar ZE vervoer alleen overwegen, als voldaan wordt aan strikte voorwaarden: een ruimhartige financiële tegemoetkoming (subsidie, geen of lage bijtelling, fiscale voordelen, geen MRB, renteloze lening), duidelijkheid over de regels (in hoeverre geldt dit voor mij, waar en wanneer komen ZE zones, ontheffingen), duidelijkheid over handelingsperspectieven en praktische ondersteuning (wat kan/moet ik doen?), meer aanbod van elektrische bestelauto's (vooral tweedehands, eigen merk), voldoende laadinfrastructuur, voldoende actieradius en laadruimte.
- Van de overheid verwacht men feitelijke informatie over regels (o.a. waar en wanneer ZE zones), subsidies/fiscale voordelen en het bredere kader (o.a. maatregelen voor andere sectoren). Van MKB-belangenorganisaties en de Kamer van Koophandel verwacht men praktisch advies en ondersteuning (individueel maatwerk, handelingsperspectieven).
- Veel ondernemers hebben behoefte aan rolmodellen en succesverhalen. Men kijkt sterk naar ervaringen van vergelijkbare kleine ondernemers binnen de eigen MKB-branche (sociale bewijskracht): hoe lossen zij het op, welke afwegingen hebben zij gemaakt? *Transitie MKB naar zero emissie. Kwalitatief onderzoek naar acht narratieven (november 2021)*
- Het doel van dit onderzoek was om inzicht te krijgen in de communicatieve werking van acht mogelijke communicatieframes en bijbehorende narratieven m.b.t. het maken van de overstap naar ZE door MKB-ondernemers. Er zijn vijf winstframes en drie verliesframes getest, waarin resp. de kansen en voordelen van overschakelen naar ZE en de risico's en nadelen van niet-maken van die overstap centraal staan. Dit biedt inzicht welke aanpak kansrijk is voor toepassing in communicatie over de transitie naar ZE richting het MKB.
- Argumenten en testimonials die focussen op het bedrijfsbelang (kostenbesparing, rendementsverbetering, bedrijfszekerheid, bijdrage aan efficiency van de bedrijfsvoering) blijken aanmerkelijk meer te stimuleren en te activeren tot nadenken over de overgang naar ZE dan argumenten die focussen op het collectieve belang (klimaat, CO2-reductie, leefbaarheid van de stedelijke omgeving). MKB-ondernemers worden dus primair getriggerd door een vrije keuze op basis van voor het bedrijf relevante overwegingen in plaats van keuzes op basis van externe overwegingen zoals duurzaamheid en leefomgeving.
- Het belang van kernwaarden als zelfstandigheid en onafhankelijkheid blijkt duidelijk uit de beoordeling van de frames. Heersende norm is het zelf maken van bedrijfskeuzes in plaats van ervaren van dwang en drang vanuit de overheid. Men hecht er sterk aan zelf te bepalen hoe men vervoer en logistiek van het eigen bedrijf invult.
- Wijzen op de komst van ZE zones heeft een alarmerende werking en zorgt voor urgentie, maar leidt ook tot veel onbegrip en weerstand. Redenen hiervoor zijn aantasting van de ondernemersvrijheid en het gevoel dat vooral het MKB de dupe is van dit soort maatregelen.
- Regelmatig in beleidsdocumenten genoemde voordelen van overschakeling op ZE vervoer (o.a. meer kans op opdrachten en een beter/groener imago van het bedrijf) blijken voor de meeste ondernemers niet relevant.
- Neerzetten van de dieselbus als een slechte investering werkt averechts. Ondernemers hebben het gevoel een goede keuze te hebben gemaakt (een 'schone' diesel, gunstige kosten-baten verhouding) en zijn afgegaan op de informatie die toentertijd voorhanden was.
- Ondernemers hebben behoefte aan een evenwichtig beeld over ZE vervoer. Ze reageren allergisch op 'promotieverhalen', waarin de voordelen van ZE vervoer worden benadrukt. Het komt betrouwbaarder over als naast voordelen ook nadelen van ZE worden benoemd.
- Veel bezwaren uit het onderzoek 2020 t.a.v. de haalbaarheid en praktische bruikbaarheid van elektrische bestelauto's voor de bedrijfsvoering (o.a. kosten, actieradius en laadvermogen) worden bevestigd. Voor veel ondernemers is overschakelen op elektrisch daarom voorlopig geen reëel alternatief, ondanks een positieve grondhouding t.a.v. ZE.
- De afzender 'overheid' geeft de boodschap de meeste kracht en duidelijkheid, hoewel er ook veel wantrouwen t.a.v. de overheid bestaat (o.a. vanwege de coronamaatregelen en de regeldruk). Een boodschap vanuit een MKB-brancheorganisatie komt meer meelevend en begripvol over.

Kwantitatieve toetsing opgedane kennis (lopend onderzoek)

Generieke doelen voor het lopende kwantitatieve onderzoek

- Toetsen van de inzichten en beelden uit eerder onderzoek (waaronder de twee kwalitatieve onderzoeken door Ferro) bij een landelijk en per MKB-sector representatieve steekproef van MKB-ondernemers. Hierbij gaat het om de individuele en omgevingsfactoren die van invloed zijn op gedragskeuzes van ondernemers, zowel bij de bestaande invulling van het vervoer en het logistieke proces als bij een eventuele overgang naar ZE.
- Nader inzicht krijgen in kennis, perceptie, houding en gedragsgeneigdheid t.a.v. ZE vervoer en logistiek. Hierbij dient onderscheid gemaakt te worden tussen de diverse MKB-sectoren, naar bedrijfsomvang en naar aard en samenstelling van het huidige wagenpark.
- Nader inzicht krijgen MKB-breed en per MKB-sector welke instrumenten, argumenten, handelingsperspectieven, voorwaarden en incentives als stimuli werken voor de overgang naar ZE vervoer en logistiek en welke barrières die overgang belemmeren.
- Nader inzicht krijgen MKB-breed en per MKB-sector in welke mate en op welke wijze de invoering van ZE zones vanaf 2025 van invloed is op de houding en actiegeneigdheid van ondernemers t.a.v. het maken van de overgang naar ZE.

Specifieke doelen voor het lopende kwantitatieve onderzoek

- Inzicht in de prevalentie en frequentie van het huidige gedrag m.b.t. vervoer en logistiek (i.c. aanschaf en mate van gebruik van een bedrijfseigen fossiel aangedreven bestelauto én mate van inschakeling van leveranciers, logistieke dienstverleners en bezorgdiensten; ook het administratief bijhouden van het vervoermiddelgebruik en alle kosten daarvan als onderdeel van de bedrijfsvoering) en de gedragsbepalende individuele en omgevingsfactoren daarbij (kennis, percepties, attitudes, sociale norm, gewoonten, incentives etc.).
- Bij het bestaande gedrag dient onderscheiden te worden naar activiteiten (o.a. bevoorrading van het bedrijf, belevering en serviceverlening aan klanten en vervoer van medewerkers, materialen en apparatuur naar werklocaties) en waar die activiteiten plaats vinden (voornamelijk binnen de vestigingsplaats van het bedrijf of ook daarbuiten).
- Bij de gedragsbepalende factoren moet onderscheid worden gemaakt tussen overwegingen m.b.t. het bedrijfsbelang (o.a. kosten/baten, rendement, efficiency bedrijfsvoering) en maatschappelijk belang (o.a. duurzaamheid, kwaliteit leefomgeving, klimaat en CO2-reductie). Ook de mate van vertrouwen in de overheid (landelijk en gemeente, o.a. met het oog op regeldruk en coronamaatregelen) is hierbij een belangrijke factor.
- Inzicht in de gedragsbepalende factoren en mogelijke gedragsvoorkeuren en gedragsintenties t.a.v. transitie naar ZE vervoer en logistiek.
- Bij de gedragsbepalende factoren gaat het om stimuli en barrières bij ondernemers zelf en in hun omgeving: kennis, percepties, attitudes, sociale norm, gewoonten, beschikbare faciliteiten, financiële incentives etc.). Hierbij dient een onderscheid te worden gemaakt tussen overwegingen m.b.t. het bedrijfsbelang (o.a. kosten/baten, rendement, efficiency bedrijfsvoering) en het maatschappelijk belang (o.a. duurzaamheid, kwaliteit leefomgeving, klimaat en CO2-reductie). Hierbij is ook belangrijk de invloed van corona op de financiële positie van het bedrijf.
- Bij de mogelijke gedragsvoorkeuren en -intenties gaat het om de houding en actiegeneigdheid t.a.v. verschillende opties voor de invulling van ZE vervoer en logistiek: o.a. één-op-één vervanging van diesel- door elektrische bestelauto, deels vervangen van wagenpark door een vergelijkbare elektrische bestelauto en deels door andere elektrische vervoermiddelen (zoals een e-bakfiets), combinatie van inzet van bedrijfseigen ZE vervoermiddelen en vaker inschakelen van leveranciers en bezorgdiensten, volledige uitbesteding van vervoer aan leveranciers en bezorgdiensten (geen aanschaf van bedrijfseigen ZE vervoermiddelen).

- Onder de mogelijke gedragsvoorkeuren en -intenties valt ook het doorlichten van de bestaande aanpak van personeel- en goederenvervoer en interne/externe logistiek, om die anders te kunnen gaan organiseren (zodat het bedrijf kosten kan besparen en tegemoet kan komen aan toekomstige eisen bij overgang naar ZE vervoer en logistiek).
- Inzicht in welke communicatieframes en argumenten MKB-ondernemers wel/niet kunnen motiveren en activeren tot het maken van de overgang naar ZE vervoer en logistiek. Hierbij worden de frames en argumenten voorgelegd (bijv. vertaald in stellingen) die in het tweede onderzoek van Ferro (november 2021; zie paragraaf 2 en de bijlage) zijn gebruikt. Eventueel kunnen hier extra frames en argumenten worden toegevoegd.
- Inzicht in door MKB-ondernemers gebruikte en verwachte bronnen, afzenders en kanalen (zowel landelijk als lokaal, publieke en private partijen) voor het verkrijgen van informatie over de transitie naar ZE vervoer en logistiek. Hierbij gaat het ook om de beoordeling van genoemde bronnen, afzenders en kanalen op aspecten als betrouwbaarheid en geloofwaardigheid.
- Inzicht in persoonlijke relevantie, kennis, perceptie, houding, actiegeneigdheid en gedragsintenties m.b.t. invoering van ZE zones in grote en middelgrote steden.
- Bij persoonlijke relevantie gaat het om de vraag of de komst van een ZE zone directe gevolgen heeft voor de bedrijfsvoering, hetzij omdat het bedrijf in een gemeente met zo'n zone is gevestigd, hetzij omdat het bedrijf klanten of werklocaties heeft in een gemeente met zo'n zone. Voor welk deel van de respondentengroep zijn de ZE zones van belang en voor welk deel niet? Dit kan worden nagegaan m.b.t. de 26 gemeenten die de invoering van een ZE zone hebben aangekondigd en gemeenten waar invoering van een ZE zone waarschijnlijk is.
- Bij gedragsintenties gaat het om acties die ondernemers verwachten te gaan ondernemen om te anticiperen en voor te bereiden op de komst van een ZE, bijv. (oriënteren op) aanschaf of lease van ZE vervoermiddelen en (oriënteren op) verandering van het bestaande logistieke proces.
- Ook dient hierbij te worden gekeken naar houding en geneigdheid t.a.v. opties om de gevolgen van ZE zones voor het bedrijf te vermijden, zodat er geen verandering in het bestaande gebruik van fossiel aangedreven vervoer hoeft plaats te vinden. Dan is er voor de ondernemer geen noodzaak tot overgang naar ZE. Bij zo'n vermijdende gedragsrespons is bijv. te denken aan (vervroeging van de) beëindiging van het bedrijf, verhuizing van het bedrijf naar een gemeente zonder ZE zone of verleggen van de focus naar klanten en werklocaties buiten ZE zones. Ook is te denken aan stoppen met zelf beleveren van klanten in steden met ZE zones door bijv. bestellingen aan die klanten te laten bezorgen door onderaannemers met ZE vervoer of door logistieke dienstverleners. Ook bij het bereiken van werklocaties in ZE zones kan men gaan samenwerken met onderaannemers die wel over ZE-voertuigen beschikken.
- Voorts dient bij gedragsintenties gekeken te worden naar mogelijke vormen van weerstand en verzet (passief en actief) door ondernemers tegen de komst van ZE zones.
- Inzicht in door MKB-ondernemers gebruikte en verwachte bronnen, afzenders en kanalen (zowel landelijk als lokaal, publieke en private partijen) voor het verkrijgen van informatie over ZE zones (o.a. de regels, beoogde locatie en omvang van de zones, planning invoering, ontheffingen). Hierbij gaat het ook om de beoordeling van genoemde bronnen, afzenders en kanalen op aspecten als betrouwbaarheid en geloofwaardigheid.