

Nu echt vanuit geb

Empaction is een adviesbureau dat volledig gericht is op parkeervraagstukken. Belangrijke werkvelden daarbij zijn parkeerbeleid, financiën en samenwerkingsvormen. Hoe kan een overheid, met behoud van de regierol, uitvoerende taken wegleggen bij marktpartijen? Wat is dan een optimale samenwerkingsvorm? Hoe ziet uiteindelijk een contract tussen overheid en marktpartij eruit en hoe wordt daar contractmanagement op gepleegd?

Specifieke doelgroepen faciliteren om tegen een acceptabel tarief op de juiste plek te parkeren

Volgens Paul van Loon, directeur Empaction, is de parkeerwereld toe aan een geheel andere manier van denken, een zogeheten Paradigma Shift. "Gemeenten moeten nu écht veel meer vanuit de gebruiker gaan denken door parkeren vooral te faciliteren. Reguleren is dan het middel en niet een geldgenererend doel." Hij noemt een voorbeeld: "Veel gemeenten hebben sinds 2014 in hun coalitieakkoord staan dat ze een gastvrije gemeente willen zijn. Als je dat echt wilt, dan moet je volgens mij zo snel mogelijk ticketautomaten op straat weghalen en definitief afscheid nemen van vooraf betaald parkeren. Want daarmee stel je als eerste vraag aan je gast: 'Hoe laat ben je weer weg?'. Gaat hij vervolgens eerder weg, dan krijgt hij zijn geld niet terug, en als hij later weggaat, dan krijgt hij als beloning een boete mee. In mijn ogen een werkwijze die haaks staat op gastvrijheid." Van Loon zou graag zien dat de parkeerbranche volledig overstapt op achteraf betalen, in al zijn verschijningsvormen. "En daarbij moeten we het voor de gebruiker zo gemakkelijk mogelijk maken."

Meer gebruikersgemak geldt zeker ook voor de parkeerapparatuur. Van Loon: "In Amsterdam voerde Cition destijds kentekensparkeren op ticketautomaten in. Drijfveer was vooral optimalisatie van het handhavingsproces en niet zo-

zeer de meerwaarde voor de klant. Het gevolg is dat de gemeente fors bespaart, terwijl de parkeerder door het moeten invoeren van een kenteken veel langer bezig is met het betalen. Daarom pleit ik er voor om via slimme marketing gewenste ontwikkelingen als kenteken- en belparkeren nog aantrekkelijker te maken."

BETAALMOMENT AFSCHAFFEN

Rondom het betalen voor parkeren hangt een zweem van negatieve emotie. En dat is jammer, want juist dankzij het betaald parkeren is er een plekje te vinden. De parkeerbranche én de retailers bewijzen zichzelf een dienst, aldus Van Loon, als ze er voor zorgen dat de automobilist zo min mogelijk met betalen bezig is. "Schaf dus het betaalmoment af! Een klant moet feitelijk de kosten van al zijn parkeren, op straat én in de garage, alleen terugzien op de maandelijkse factuur van zijn provider. Net zoals bij mobiele telefonie."

AUTO BEZIG MET PARKEREN

Van Loon voorziet dat in de toekomst de automobilist nauwelijks meer met parkeren bezig zal zijn. Deze taak zal vooral door de auto zelf worden opgepakt. "Dankzij hedendaagse technologie weet de auto straks waar hij kan en mag parkeren (open parkeerdata), of hij op die plaats hij al beschikt over een parkeerrecht (op kenteken via NPR), en, zo niet, waar hij dat

ruiker gaan denken



Paul van Loon,
directeur Empaction

parkeerrecht alsnog kan kopen. En dit zowel op straat als in alle garages." Daarvoor is het wel nodig, dat parkeerexploitanten gaan samenwerken. "We kunnen ons niet voorstellen hoe de telefoonwereld er vandaag de dag uit zou zien als providers niet aan roaming deden, maar in de parkeerwereld wordt deze tekortkoming zonder morren geaccepteerd. Straks heeft de parkeerder, of liever zijn auto, nog maar met één partij te maken, zijn parkeerprovider. Die provider rekent vervolgens namens hem af met de verschillende exploitanten, of dat nu de gemeente is, Q-Park of de RAI. Zo simpel moet het zijn."

MACHTIGEN

Alle gemeenten hebben tegenwoordig bezoekersregelingen. Daarbij moeten gastheren hun bezoek aan- en afmelden, veelal op kenteken. Van Loon vindt dat qua gebruiksgemak de omgekeerde wereld. Zeker als je bedenkt dat een foutje direct leidt tot een bekeuring. "De toekomst is dat de gastheer de bezoeker machtigt om zichzelf aan en af te melden, waarbij de afrekening via de bezoekersregeling van de gastheer loopt. Dit aan- en afmelden doet de bezoeker via een VisiteApp, die met de systemen van alle leveranciers communiceert. Ondanks dat de techniek geen enkele belemmering vormt is zo'n VisiteApp er nog niet. De voornaamste reden is dat leveranciers vooral

vasthouden aan hun eigen apps, nog onvoldoende openstaan voor samenwerking en ook door hun opdrachtgevers nog niet gedwongen worden meer vanuit de gebruiker te denken." VisiteApp 2.0 gaat nog een stapje verder. "Daarmee kan iedereen iedereen machtigen. Dus ook de horecaondernemer, het consultatiebureau en de advocaat kunnen hun klanten machtigen en op hun kosten laten parkeren. En al die partijen maken prijsafspraken met de gemeente of een particuliere exploitant. Daarmee kunnen dan ook de automaten in schilwijken weg. Overigens moet daarvoor nog wel de wet worden aangepast. Door die archaïsche wet hebben we nu onder andere nog een achterhaalde discussie over de vraag wat de maximale loopafstand naar een automaat is."

Het toekomstbeeld van Van Loon is dat specifieke doelgroepen worden gefaciliteerd om tegen een acceptabel tarief op de juiste plek te parkeren. Willen andere gebruikers ook op deze plaatsen parkeren, dan moeten ze daarvoor fors betalen. Dankzij het achteraf betalen, het machtigen en de rol van de auto bij het verkrijgen van en betalen voor een parkeerrecht behoren in de visie van Van Loon bekeuringen straks tot het verleden. Betaald parkeren is straks weer een Geschenk.



Voorbeeld machtiging via 06 van parkeerrecht.