

Factsheet winkels, mobiliteit en parkeren

Gratis parkeren bestaat niet en werkt nauwelijks

Op de voorpagina van Trouw van 31 mei 2014 stond een artikel over de effecten van parkeren op winkelgedrag. Het CROW-KpVV-rapport "Vervoer naar retail" bevat de feiten op grond van de resultaten van onderzoeken en praktijkervaringen. De belangrijkste daaruit zijn:

Bij de beoordeling van gratis of goedkoop parkeren, moet bekeken worden welk effect daarmee beoogd wordt. In vrijwel alle gemeenten beoogt men hiermee bij te dragen aan een florerend winkelbestand.

Uit alle ons beschikbare onderzoeken en praktijkervaringen, blijkt dat dit een dure maatregel is, die vrijwel niets bijdraagt aan winkelbezoek en –omzet.

En andere maatregelen zijn goedkoper en hebben (veel) meer effect. Maatregelen die wel substantieel bijdragen aan een florerend winkelbestand zijn een hogere kwaliteit openbare ruimte, het zorgen voor een goede menging met horeca en publiekstrekkingen en het regelmatig organiseren van evenementen in het winkelgebied.

Voor wat betreft autobereikbaarheid en parkeren is de belangrijkste factor, dat het goed geregeld is. Makkelijk bereikbaar en makkelijk parkeren is voor 15% van de bezoekers een factor bij de keuze van het winkelgebied. Parkeertarieven spelen maar voor 6% van de bezoekers een rol.

Gratis of goedkoop parkeren is bovendien een dure aangelegenheid. Een maatstaf is Alphen aan den Rijn, waar het de eerste twee uur gratis parkeren de gemeente jaarlijks bijna €3 miljoen kost. Of Dokkum, waar het gratis parkeren 's ochtends van 8.00-11.00 uur de gemeente Dongeradeel jaarlijks 3 ton kost.

Betaald parkeren is dan ook geen melkkoe voor gemeenten. Gratis parkeren bestaat namelijk niet. Een parkeergarage kost jaarlijks €3.500-€5.000 per parkeerplaats. Met een normaal bezettingspercentage valt te berekenen, dat een parkeertarief in een parkeergarage van minder dan €3,= per uur nooit kostendekkend kan zijn. Projectontwikkelaars gaan uit van een parkeertarief van gemiddeld €4,40 per uur voor een parkeergarage om kostendekkend uit te komen. Gemeenten die melden, dat er geld vanuit de parkeerexploitatie naar de algemene middelen vloeit, laten kostenposten buiten beschouwing, zoals bv. de kosten voor de bouw van de garage.

Doordat zoveel kosten voor parkeren uit de algemene middelen worden betaald, dragen ook mensen die geen auto hebben, of altijd op de fiets, te voet, of met het OV winkelen mee aan het gratis kunnen parkeren van de automobilist.

In Nederland wordt ca. 90% van de kosten van parkeren door gemeenten gedragen (en dus uit de algemene middelen betaald), ruim meer dan het gemiddelde in West-Europa, dat 77% bedraagt.

Deze kosten worden niet gedekt door de Wegenbelasting (een rijksbelasting, terwijl de kosten voor parkeren door gemeenten worden gedragen).

Redenen, dat veel winkeliers denken, dat gratis parkeren bijdraagt aan hun winkelresultaat, zijn:

- a. Ze overschatten het aandeel “auto” in elke door hen verdiende euro met tientallen procenten;
- b. Ze horen klanten veel meer praten over hoe lastig het was om er met de auto te komen, en dat het parkeren te duur was, terwijl fietsers het nauwelijks over hun vervoerswijze hebben;
- c. Er heeft een grote verandering in winkelgedrag plaatsgevonden. De nadruk ligt steeds meer op beleving. We doen onze “gewone” aankopen op Internet of bij de dichtstbijzijnde winkels. We gaan niet meer een dag winkelen, maar een dag een stad beleven, waarvan winkelen een onderdeel is. Winkels die de nadruk op beleving en een bijzondere ervaring leggen, groeien tegen de dalende trend in.

Afschaffen van betaald parkeren blijkt geen enkel effect te sorteren. Onlangs is bijvoorbeeld een experiment in Ede met gratis parkeren beëindigd, omdat er geen enkele toename van het winkelbezoek viel te noteren.

Voorbeelden van de goede werking van investeren in de kwaliteit van de stad en “beleving” zijn: Maastricht, waar men ondanks een tariefstijging van 84% in 2012 t.o.v. 2005 een groei in het bezoek van 22% wist te bewerkstelligen, door het upgraden van het centrum.

Den Haag, waar het verkeerscirculatieplan resulteerde in een verslechterde autobereikbaarheid, maar een verbetering van de kwaliteit en de sfeer. Den Haag-Centrum is één van de weinige gebieden, waar veel wordt geïnvesteerd door winkels door de toegenomen aantrekkelijkheid.

Samengevat:

- a. Gemeenten hebben veel effectievere maatregelen om het winkelbezoek te bevorderen dan gratis of goedkoop parkeren.
- b. Gratis parkeren bestaat niet, gratis parkeren is duur (voor de belastingbetaler)
- c. Beleving is de bepalende factor voor het succes van winkelgebieden