

'Parkeertarief niet doorslaggevend voor shopper'

14-03-2014 00:00

Detailhandel Nederland schermst met excessen in haar onderzoek naar parkeertarieven. Dat stelt Jeroen Roelands van mobiliteitsadviesbureau Goudappel Coffeng. "Parkeren is emotie en dat speelt Detailhandel Nederland goed uit. Een tariefstijging van 44 procent in de Haagse Pleingarage klinkt natuurlijk dramatisch hoog en dat blijft hangen in de beeldvorming."

Detailhandel Nederland presenteerde woensdag de resultaten van de Nationale Parkeertest. Daaruit bleek dat tarieven in Nederlandse parkeergarages tussen 2010 en 2014 met 26 procent zijn gestegen. Consumenten zijn het volgens de brancheorganisatie beu om deze tarieven te betalen. De tariefsverhoging is desastreus voor binnensteden en winkelgebieden, stelt de organisatie.

Wat Detailhandel Nederland volgens Roelands niet vermeldt, is dat de stijging onderdeel is van gelijktrekken van alle parkeergarages in Den Haag. Daarnaast paste deze garage de afgelopen drie jaar geen prijsindexatie toe. "Wat ons overall opviel was een heel redelijke prijsstijging en het grote aantal tariefsverlagingen."

Het bureau nuanceert verder het belang van de tarieven in relatie tot de economische vitaliteit van winkelgebieden dat Detailhandel Nederland schetste. Hoewel parkeren een rol speelt in de aantrekkingskracht van een winkelgebied, is de attractiviteit van de winkels, sfeer voor funshoppers en nabijheid en gemak voor de dagelijkse boodschappen doorslaggevend, aldus adviseur ruimtelijke economie Guido Scheerder bij Goudappel Coffeng.

Het rumoer over parkeertarieven is volgens hem 'van alle tijden met een piek in lokale campagnetijd'. Consumenten kopen niet minder door tarieven, stelt Scheerder. "Ook een plan om auto's weer toe te staan in winkelstraten, past in het rijtje misverstanden. Het zijn de fietsers en voetgangers die zorgen voor regelmatige aankopen."