

Gratis parkeren in de mode

25-11-2014 11:44

Door Nick Möller
Redactie RetailWatching

Steeds meer gemeenten schaffen betaald parkeren af om meer winkelend publiek te naar de binnenstad te trekken. Veendam, Koog aan de Zee, Krommenie en Zaandam zijn zomaar wat voorbeelden van gemeenten die zich achter gratis parkeren hebben geschaard. Ruim 150 gemeenten kennen nog altijd betaald parkeren. Moeten zij er ook afscheid van nemen?

Jildau Schuilenberg (secretaris vestigingszaken bij Detailhandel Nederland)

“Betaald parkeren is ooit ingevoerd om het verkeer te reguleren en de doorstroming te bevorderen. Sinds 2010 zijn de tarieven in parkeergarages echter met 26 procent gestegen, terwijl parkeren op straat zeventien procent duurder is geworden. De bezetting is de afgelopen vijf jaar juist met zestien procent afgenomen. Vraag en aanbod sluiten dus niet meer op elkaar aan.”

“Wanneer gemeenten het parkeren willen blijven reguleren kunnen ze kiezen voor het invoeren van blauwe zones. Dat bevordert de doorstroming, die ondernemers ook graag zien. Desnoods voeren ze betalen per minuut in. Het voorkomt dat consumenten telkens met een kater weggaan, als ze weer eens twee uur moeten betalen voor 61 minuten parkeertijd. Na een tijdje houden ze het voor gezien, ook omdat online bestellingen steeds vaker gratis thuisbezorgd worden. Consumenten hebben geen aan- of uitknop. Gemeenten met betaald parkeren lopen het risico dat ze wegblijven, ook als het besluit in een later stadium wordt teruggedraaid.”

“Het afschaffen van betaald parkeren is net als bijvoorbeeld het inkrimpen en schoon en veilig houden van winkelgebieden één van de oplossingen om de binnenstad weer aantrekkelijker te maken. Dat geldt natuurlijk niet voor de grote steden, maar al wel voor middelgrote gemeenten. Het parkeerbeleid is namelijk het visitekaartje van de stad. Het moet laten zien dat de gemeente blij is dat de mensen komen.”

Peter Reenders (fractievoorzitter Stadspartij in Den Helder)

“Wij willen dat parkeren in Den Helder uiterlijk in 2016 gratis is. Als eerste stap wordt het parkeren op het Bernardplein (het parkeerterrein in het centrum van de stad, red.) vanaf het tweede uur gratis. Helemaal gratis kan niet direct, omdat de begroting dat niet toestaat. De inkomsten zijn nodig om de vlekjes van de vorige coalities weg te werken.”

“Iedereen weet dat het niet goed gaat met de binnensteden. Wij kregen vaak te horen dat het parkeergeld daar schuldig aan is, omdat consumenten naar wijkcentra gaan waar ze wel gratis kunnen parkeren. Ze lopen op hete kolen door het centrum, omdat de parkeermeter bijna leeg is. De parkeerinkomsten zijn dan ook al lang niet meer kostendekkend. Daarnaast nemen de kosten steeds verder toe vanwege bijvoorbeeld het onderhoud van de slagbomen en parkeermeters. Omdat ook de parkeervoorzieningen bij wijkcentra door de gemeente is gerealiseerd, vroegen we ons af of we het parkeerbeleid als melkkoe of als service gingen inzetten. Door het parkeren gratis te maken willen we de binnenstad revitaliseren. Dat verandert alleen niet op de één op andere dag, zo hebben we van andere gemeenten gehoord. Het kan wel drie jaar duren voor de bezoekersaantallen weer langzaam groeien.”

Rob Ebbing (partner bij parkeeradviesbureau Spark)

“Gratis parkeren is een onderscheidende meerwaarde. Kijk maar naar IKEA. Maar gratis is ook waardeloos. Terwijl parkeren geld kost, zeker als het om ondergrondse voorzieningen gaat. De prijs van het parkeren bij IKEA betaal je dan ook in de winkel. Albert Heijn betaalt op zijn beurt het eerste uur voor klanten, wanneer ze

bijvoorbeeld meer dan twintig euro uitgeven. Hotels betalen het parkeergeld van de gasten door het kenteken via bijvoorbeeld Park-line of Yellowbrick door te geven. Ik zie ook mogelijkheden voor zulke systemen in winkelgebieden. De complexiteit neemt dan weliswaar toe – betaalt de bakker of slager het parkeergeld? - maar de digitalisering kan daar een antwoord op bieden. Het is bijvoorbeeld mogelijk om met parkeerrecht te werken, waarbij de lokale winkelier kan aanbieden een deel van het parkeergeld te betalen. Daar wordt momenteel al mee geëxperimenteerd.”

“Consumenten zijn best bereid om parkeergeld te betalen, maar vooral het moment dat ze twee euro in de meter gooien staat hen tegen. Dat is het moment waarop winkeliers kunnen scoren door het klantvriendelijker te maken. Wanneer zij bij de aankoop van een jas aanbieden het parkeergeld te betalen denkt de klant: ‘Wat een leuke winkel’. Zo wapenen winkeliers zich ook beter tegen het internet, dat natuurlijk een grote concurrent van de binnenstad is.”