

'Consument vindt vrije parkeerplek belangrijker dan prijs'

05-01-2017 11:43



Het gemak om een vrije plek te vinden is de belangrijkste factor van parkeertevredenheid. De vindbaarheid van parkeerplaatsen verslaat daarmee de hoogte van het parkeertarief. Dat blijkt uit onderzoek van de Erasmus Universiteit Rotterdam en Yellowbrick onder bijna tienduizend Nederlanders die mobiel parkeren om het winkelen.

95 procent van ondervraagden beoordeelt de parkeerervaring met een voldoende, waarbij het gemiddelde op een 7,8 ligt. Zowel de parkeergarage als parkeren op straat wordt volgens de onderzoekers goed beoordeeld. In de vier grote steden ligt de voorkeur bij de parkeergarage, daarbuiten wordt liever op straat geparkeerd.

Als het parkeertarief duidelijk wordt gecommuniceerd heeft dat nauwelijks invloed op de tevredenheid van de parkeerder. Achteraf verrast worden door de kosten heeft wel een sterke impact. "Dit bevestigt dat wanneer je kwaliteit biedt, het winkelend publiek bereid is om te betalen voor parkeren," zegt parkeereexpert Giuliano Mingardo van de Erasmus Universiteit Rotterdam.

Mingardo stelde onlangs al in een proefschrift dat het verband tussen parkeertarieven en winkelomzet anders ligt dan veel retailers denken. Hij vond onder meer een positieve relatie tussen parkeertarieven en winkelomzet en constateerde dat parkeercapaciteit geen invloed heeft op de omzet van winkelgebieden.