

(In licht gewijzigde vorm gepubliceerd in RO Magazine, mei 2014)

Krantenkoppen zorgen niet voor vitale winkelgebieden

Discussies over parkeertarieven leiden de aandacht af van wezenlijker zaken



“In de krant van vandaag wordt morgen de vis verpakt” zeiden we vroeger. Tegenwoordig gaat die vis in prachtig vetvrij papier en is nieuws nog vluchtiger geworden. Journaalbeelden, radio-headlines, online artikelen en tweets bestoken ons. Hoe korter hoe beter lijkt het. “Voor wie de nuance zoekt” is ver te zoeken, zeker als het gaat om een emotie-onderwerp als betaald parkeren.



Google even op nieuwsberichten over parkeren en de teneur is helder. Parkeren is veel en veel te duur. Winkelgebieden zitten massaal in de malaise door betaald parkeren. Detailhandel Nederland mag op het journaal uitgebreid vertellen dat parkeertarieven ook dit jaar weer absurder zijn geworden en politici zijn er als de kippen bij – zeker in lokale verkiezingstijden – om daadkrachtig ingrijpen te bepleiten. Door dit mediageweld zou je het bijna gaan geloven. Daar zit precies onze pijn. Winkelgebieden worden niet vitaler door krantenkoppen. Sterker nog: het leidt af. Laten we ons alsjeblieft op de echte vraagstukken richten.

“Winkeliers: schaf betaald parkeren af”

Vooropgesteld, het is niet makkelijk winkelier te zijn anno 2014. Klanten hebben door de crisis een legere portemonnee en de groeiende concurrentie van internetwinkelen is merkbaar. Bezoekersaantallen lopen terug en betaald parkeren krijgt dan al gauw de grote zwarte piet toegespeeld. Hun wethouder of raadsleden biedt vervolgens een luis-teleem.

Maar is het terecht? Vaak niet. Ook centra zonder betaald parkeren, zoals Echt of het oude centrum van Voorburg, kampen met leegstand en teruglopende bezoekersaantallen. Goes schafte, bij wijze van proef, het betaald parkeren tijdelijk af. Deze pilot haalde de einddatum echter niet: geen meetbaar effect op de bezoekersaantallen. Wwel liep de gemeente een gat in haar begroting op.

Voor Leidsenhage, één van de grootste winkelgebieden in de regio Haaglanden, is gratis parkeren al sinds jaar en dag gratis. Toch staan ook hier de bezoekersaantallen onder druk. In plaats van parkeren zet de eigenaar daar in op het vergroten van de aantrekkelijkheid in termen van kwaliteit van openbare ruimte, beleving en diversiteit in het winkelaanbod. Dat doet hij vast niet omdat gratis parkeren niet goedkoper kan. Dat doet hij omdat hij weet dat het niet om parkeren draait. Mensen komen niet naar Leidsenhage om eens lekker te parkeren.

Beste winkeliers en politici: de functie bepaalt de vraag naar parkeren en niet andersom. Discussies in de media over parkeertarieven leiden alleen maar af. Ga werk maken van sfeer en een nog mooiere mix van winkels, horeca en andere voorzieningen. Bedenk wat je wilt met je winkelgebieden op de onvermijdelijk rustige delen van de week. Ga werk maken van het nieuwe winkelen. Dat is echt meer dan gratis Wifi. Ga de discussie aan over die spartelende koopavond, zoals gebeurt in Veghel waar de koopavond kans maakt te worden ingeruild door een langere zaterdag. Zaterdag en niet de traditionele donderdag- of vrijdagavond is namelijk de dag dat we massaal de gezelligheid opzoeken. Na het shoppen een lekker wijntje met vrienden? Heerlijk! Die hippe schoenen waar die attente medewerker mee aankwam keurig thuisbezorgd in de juiste maat? Online en offline vermengen. Hoezo heb je een auto nodig om geld uit te geven? Koester die fietsers en bus- of treinreizigers. Zij komen vaker en blijven langer. Misschien moeten de parkeertarieven wel omhoog!



We kunnen het niet vaak genoeg herhalen: Betaald Parkeren is een beleidsinstrument, net als een blauwe zone of de eerste twee uur gratis. Met een passend parkeerregime stuurt u op de stad of wijk die u wilt zijn. U beïnvloedt hoe mensen naar de (winkel)centra komen, hoelang ze er willen blijven en waar u de 'overlast' van autoverkeer wilt hebben. Niet parkeertarieven maar ongebreideld zoekverkeer, uitlaatgassen en winkelfiles doen afbreuk aan de aantrekkelijkheid van winkelcentra. Wij verbazen ons nog dagelijks over het feit dat politici – althans in de krant - afscheid willen nemen van hun stuurinstrumenten.

Uit onderzoek van de Rabobank blijkt overigens dat de hele grote winkelgebieden (>60.000 m²) vol 'fun' en beleving inderdaad floreren. Tegelijk doen juist ook de kleine centra (<10.000 m²) het goed, waar bijvoorbeeld Albert Heijn, Lidl, Kruidvat en Blokker bij elkaar zitten zodat je in één keer klaar bent. In dit soort 'koopcentra' draait het om doelgericht handelen, om efficiency en snelheid. Uiteraard hoort daar een passend parkeerregime bij, maar te weinig centra en gemeenten zijn ons inziens bezig met het echte kiezen. Fun-winkelen? Functioneel kopen? Of een grijze muis die zijn energie verspild aan zijn strijd tegen betaald parkeren.

"Tekort op de parkeerbegroting dreigt"

Parkeren kost de meeste gemeenten overigens gewoon geld. Betaald parkeren is geen melkkoe. In de mediadiscussie over betaald parkeren worden kosten van investeringen (garages, automaten) en handhaving vaak gemakshalve vergeten. Toch heeft de winkelier hier wel een puntje. Parkeertarieven stijgen ook om in de pas te blijven lopen met de kosten en dat kan niet ongebreideld door gaan.

Lagere parkeertarieven trekken weliswaar amper meer bezoekers. Onredelijke tarieven jagen wel degelijk klanten weg. Parkeren is een dissatisfier. Een plotselinge forse tariefstijging en onhandige communicatie merkt de winkelier direct in zijn kassala, al is dat in de regel slechts een tijdelijk effect. Crucialer is de vraag of de tarieven in verhouding staan tot omvang en aantrekkelijkheid van het winkelaanbod. Er zijn wel degelijk gebieden aan te wijzen waar het kort parkeren – om begrotingstechnische redenen - tegen of over de grenzen heen is gegaan van wat het te bezoeken gebied de parkeerder nog waard is.

Dat brengt ons tot een volgende wezenlijk vraagstuk: is het reëel dat een bewonersvergunning per maand minder kost dan wat een bezoeker voor één dagje kwijt is? Investeren in mooie parkeervoorzieningen werden immers jarenlang gefinancierd uit toekomstige verhogingen van tarieven voor kort parkeren ('aan de automaat'). De vergunninghouder, lees: de kiezer, profiteerde gratis mee. Gelukkig zijn die verkiezingen nu net geweest. Ga dus met elkaar de discussie aan over een effectieve en eerlijke verdeling van parkeerkosten. Dat houdt winkelgebied en gemeentelijke begroting uit de gevarenzone.

Kortom: een oppervlakkige, eenzijdige, discussie over tarieven voor kort-parkeren leidt af. Laten we aan de slag gaan.

Jeroen Roelands en Guido Scheerder zijn respectievelijk als adviseur Parkeren & lokatieontwikkeling en adviseur ruimtelijke economie werkzaam bij Goudappel Coffeng.