

Verslag lunchbijeenkomst

‘Dynamiek in stadsontwikkeling vraagt om nieuwe parkeeraanpak’

Donderdag 12 maart jl. werd in een kleinschalige setting en onder het genot van een lunch gepraat over de veranderingen in de binnensteden en de invloed van deze veranderingen op de parkeeraanpak. Sjoerd Stienstra van Stienstra Adviesbureau stedelijk verkeer en Else Tutert van de gemeente Deventer verzorgden een presentatie.

De binnenstad staat onder druk, er is een daling van het aantal bezoekers aan binnensteden. Ook de bezoekduur neemt af, mede door het gebruik van andere kanalen zoals internet (vooraf vergelijken).

Een logisch gevolg daarvan is minder parkeerbewegingen en parkeerdruk. Maar is dit gevolg aantoonbaar? Leidt een afname van het aantal bezoekers ook tot minder (auto)verkeer? Stienstra is in dit onderwerp gedoken en geeft aan dat dit niet zo direct is te stellen, daarvoor zijn er te veel factoren in het spel. Zo zal in krimpgebieden een verdunning van het aanbod optreden. Daardoor zal men mogelijk langere afstanden moeten afleggen om een winkelgebied te bezoeken. In centra binnen een krimpgebied wordt aandeel van de auto dan groter. Ook andere ontwikkelingen in het bezoekgedrag hebben een invloed, waardoor het effect op de parkeerdruk van plaats tot plaats kan verschillen.

Een feit is dat in het algemeen de parkeerdruk in binnensteden terugloopt. Stienstra heeft onderzoek gedaan naar het verband tussen de daling van het aantal bezoekers aan steden en de teruglopende parkeerbezetting. De conclusie is dat er een zeker verband is aan te tonen, maar de statistische correlatie beperkt is; er zijn kennelijk meerdere factoren van invloed. Maar het is uiteraard aannemelijk dat een daling van het aantal bezoekers in steden ook invloed heeft op de parkeeropbrengsten.

Zaken die de daling van parkeerinkomsten kunnen afremmen is het investeren in binnensteden. Naar verwachting neemt de leegstand in 2015 verder toe. De detailhandel verandert structureel. We kunnen er vanuit gaan dat er in de toekomst minder winkelcentra zijn. Dit heeft ook consequenties voor verkeer en parkeren. De vraag en uitdaging voor ons is: Hoe ga je daar met je parkeerbeleid mee om? Er is een afnemend belang van de detailhandelsfunctie, maar leisure en horeca krijgen bijvoorbeeld een groter aandeel binnen een stad. Wordt parkeren nog wel op de goede plekken aangeboden?

Else Tutert, beleidsadviseur bereikbaarheid Deventer vervolgt. De Gemeente Deventer ziet haar binnenstad veranderen, een afname van winkelend bezoek, maar een toename van toeristisch bezoek. Een aantrekkelijke binnenstad is een hoofddoel: Deventer boeiende beleefstad (zet-deventeropendekaart.nl). Zij heeft parkeerbeleid ontwikkeld dat gericht is op een verschuiving van de parkeerdruk van van straat naar garages en streeft naar ‘autoluwe pleinen’. Deventer voorziet een toename van de vraag en een afname van de parkeerplekken. Wat gaan we doen? Parkeerplekken aanleggen? Of parkeerplekken beter benutten? Vooral met dat laatste is de gemeente druk.

Ook de gemeente Deventer ziet dalende parkeerinkomsten, maar heeft net zoals Stienstra eerder opmerkte onvoldoende data voorhanden om daar verdere conclusies uit te kunnen trekken. De garages zijn steeds beter bezet en de garages zijn goedkoper dan parkeren op straat, dit zou deels de dalende inkomsten kunnen verklaren.

Hoe moeten we op de veranderingen in de stad inspringen? Vraagt Else Tutert zich af. Parkeren is emotie, “Parkeren leeft” . Daarnaast heeft de politiek grote invloed, parkeren is altijd een item. Dat maakt het soms lastig.

In de ontwikkeling die Deventer als stad doormaakt zitten veel kansen, daar moet je met parkeren op inspelen. Deventer is bezig haar communicatie helemaal over een andere boeg te gooien: ludiek, zonder afzender. Met het idee en de hoop dat ook de ondernemers mee gaan doen, samen optrekken, met als insteek: We moeten er met elkaar een aantrekkelijke binnenstad van maken. Vanuit dit idee van samenwerking is ook de nota parkeernormen in Deventer opgesteld. Deze is gericht op het zoeken van parkeeroplossingen, veel meer dan aan het hanteren van bepaalde normen.

En nu? Hoe kun je de krachten bundelen? Daar zit de winst. Monitoren, meer verzamelen van feiten: ook voor een goed verhaal naar de raad en wethouders toe.

Gemeente Rozendaal haakt in de discussie hierop in. Sinds 1 januari jl. is een binnenstadsorganisatie operationeel. Hier is een grote rol weggelegd voor ondernemers en beleggers, er is hiermee een vehikel gecreëerd waar iedereen aan tafel zit. De regie van parkeren blijft bij de gemeente, maar het ontwerp van het parkeerbeleid (hart voor de binnenstad) en de uitwerking hiervan, vindt in nauwe samenwerking plaats met de binnenstadsorganisatie.

De gemeente Utrecht heeft een document opgesteld: aantrekkelijk en bereikbaar. 4 beleidsvelden zijn aangehaakt, die moeten in samenhang komen. De gemeente is een pilot in de binnenstad gestart ‘wat is hier nou mis mee?’ Per straat worden zaken opgepakt, samen met gebruikers (die in de aanliggende panden zitten). Ondernemers laten vervolgens in de media zien dat ze ingenomen zijn met deze aanpak. Niet als één masterplan, maar kleinschalig aanpakken, op straatniveau aan de slag. Deventer geeft aan dat zij fietsparkeren op dit niveau gaan aanpakken.

In de discussie die volgde kwam ook nog de trend van bezit naar gebruik (greencars, greenwheels etc.) ter sprake. Er zal daarom moeten worden nagedacht over een alternatieve bestemming voor bestaande garages. De gemeente Rotterdam is daar la mee begonnen, zij is inmiddels uitgebouwd. Over 10 – 15 jaar staan de garages er nog en dan...

Men is het erover eens dat ondernemers een centrale rol hebben om een aantrekkelijke binnenstad te creëren, daardoor krijg je een andere relatie en komen er andere oplossingen. Bijv. loyalty systemen, bij het kopen van een kostuum ontvang je korting op een parkeerkaartje. We zitten in een veranderende fase. Het mkb niet alleen laten meepraten, maar ook laten meedoen: gezamenlijk plannen maken voor de binnenstad. De promotie van parkeren nemen ondernemers dan ook op zich. De boodschap ‘kom bij ons parkeren’ moet je als gemeente, als parkeereexploitant niet zelf hoeven te vertellen.

Het doel van een gemeente, een aantrekkelijke binnenstad, staat soms haaks op de inkomsten die parkeergarages in de binnenstad moeten opbrengen. Een groot P&R terrein buiten de binnenstad is je eigen concurrent. Dit spanningsveld is spannend, ook om samen met citymarketingclubs en ondernemingsverenigingen aan te gaan.

Er wordt steeds vaker geprobeerd een combinatie te maken tussen evenementen en parkeren, maar dat blijkt niet altijd even makkelijk. Rondom parkeren heerst vaak nog een negatieve associatie. Niet iedere ondernemer wil parkeren daarom in zijn arrangement opnemen. Je wilt niet praten over parkeren, maar over de beleving.

Ook aan de orde kwam het vergunningssyteem. Hoe je de mix van vergunningen en garages optimaal kunt gebruiken. Een vergunning is relatief te goedkoop, die mensen krijg je daardoor niet in garages.

Parkeren “leeft”! Kunnen we als slotconclusie stellen na de discussie die 16 belangstellenden deze middag met elkaar voerden.