

**Effect van parkeren op  
binnenstadsstructuur en verplaatsingspatronen**

[Sjoerd Stienstra]  
[ir. Sj. Stienstra Adviesbureau stedelijk verkeer BV]  
[stieverk@wxs.nl]

[Dagmar Bisschops- Severens]  
[Grontmij Parkconsult]  
[dagmar.bisschops-severens@grontmij.nl]

**Bijdrage aan het Colloquium Vervoersplanologisch Speurwerk  
25 en 26 november 2010, Roermond**

## Samenvatting

### *Effect van parkeren op binnenstadsstructuur en verplaatsingspatronen*

Regelmatig wordt er gediscussieerd over het grote belang van en het verband tussen parkeren en de waarde van het vastgoed en parkeren en de structuur van binnensteden. Deze paper geeft een handreiking deze verbanden concreter inzichtelijk te maken.

Een adequate bereikbaarheid vormt een belangrijke vestigingsplaatsfactor voor bedrijven. Parkeren, als onderdeel van bereikbaarheid, heeft daarmee dan ook een economische component. In het kader van de relatie bereikbaarheid en het functioneren van de binnenstad is bereikbaarheid/parkeren te beschouwen als een weerstandsfactor. De aantrekkingskracht van een centrum zal in de eerste plaats door de attractiefactoren van het centrum (sfeer, aanbod, etc.) moeten worden uitgeoefend. Wanneer een centrumgebied onvoldoende te bieden heeft zal de consument niet, "vanwege de goede bereikbaarheid", ertoe gebracht worden het centrum alsnog te bezoeken. Hieruit mag echter niet de conclusie worden getrokken dat bereikbaarheid/parkeren niet belangrijk zou zijn.

De aantrekkelijkheid van het centrum dient te worden ondersteund door een lage weerstand in de vorm van een adequate bereikbaarheid/parkeersituatie. Een consument kan er wel voor kiezen een centrumgebied niet of minder te bezoeken als gevolg van een slechte bereikbaarheid of parkeersituatie.

Bereikbaarheid/parkeren heeft daarmee zowel in directe als in indirecte zin economische impact op het functioneren van een stedelijk centrumgebied. Direct in de vorm van het omzetpotentieel dat via de parkeervoorziening wordt binnengebracht; indirect in de vorm van waardevermeerdering van winkelpanden/winkelstraten en structuurveranderingen in het centrumgebied.

In deze paper wordt ingegaan op zowel de directe als de indirecte effecten. Bij de locatiekeuze voor een nieuw te realiseren parkeervoorziening kunnen deze effecten worden meegewogen om de waarde van verschillende alternatieve locaties vast te stellen.

Te verwachten is dat de toekomstige stedelijke structuren zullen veranderen, onder invloed van demografische, ruimtelijke en maatschappelijke ontwikkelingen. Dat heeft ook gevolgen voor de wijze waarop de ruimte gebruikt wordt.

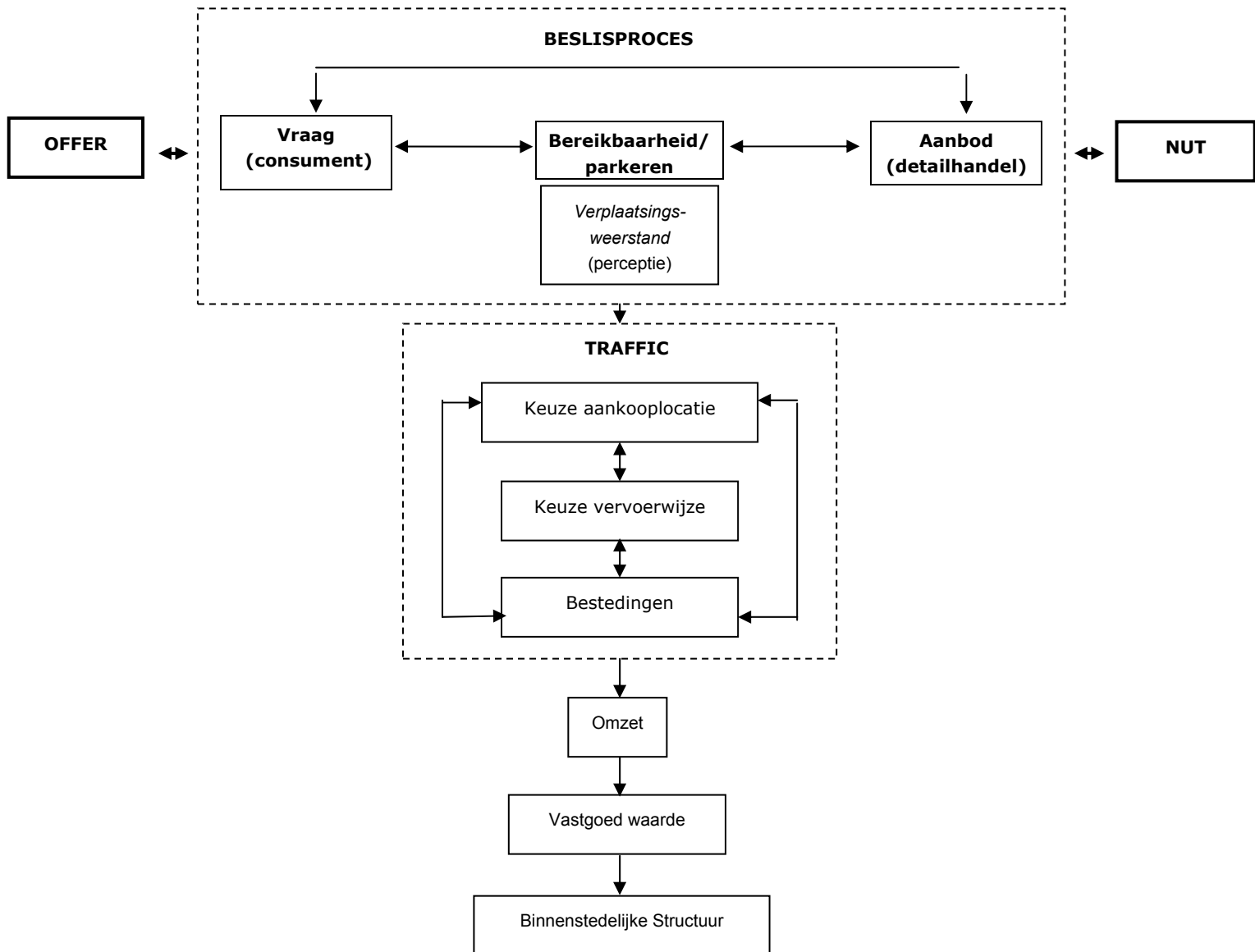
Door strategische toepassing van parkeermaatregelen (capaciteit, regulering, doelgroepenbeleid) kan parkeren worden ingezet als een structurerend element bij het zoeken naar optimale toekomstige stedelijke structuren.

Uit de analyse blijkt dat ondernemers, beleggers/eigenaren en de gemeente belang hebben bij kwalitatief goede en voldoende parkeervoorzieningen, aangezien deze respectievelijk hun omzet, hun vastgoedwaarde en hun binnenstedelijke structuur beïnvloeden. Het creëren en onderhouden van kwalitatief goede en voldoende parkeergelegenheid brengt aanzienlijke kosten met zich mee. Om het parkeren financieel haalbaar te maken, dienen hier ook parkeerinkomsten tegenover te staan. Het gaat er alleen om wie hiervoor betaalt: de bezoeker, de ondernemer, de projectontwikkelaar, de belegger, de gemeente of andere betrokkenen? Op dit moment worden meestal alleen aan de bezoeker de kosten van het parkeren (gedeeltelijk) doorbelast. Er dient echter gezocht te worden naar een acceptabele verdeelsleutel voor alle belanghebbende partijen. Voor de bijdrage van ondernemers ontstaan er reeds initiatieven in de vorm van BIZ (Bedrijveninvesteringszones). Maar er zijn waarschijnlijk nog vele andere creatieve mogelijkheden te bedenken.

## 1. Inleiding

Regelmatig wordt er gediscussieerd over het grote belang van en het verband tussen parkeren en de waarde van het vastgoed en parkeren en de structuur van binnensteden, vaak zonder dat deze intuïtief vermoede relatie wordt uitgewerkt. In deze paper wordt een aanzet gegeven deze verbanden inzichtelijk te maken.

Figuur 1.1: Model



## 2. De economische impact van parkeren

Een adequate bereikbaarheid vormt een belangrijke vestigingsplaatsfactor voor bedrijven. Parkeren, als onderdeel van bereikbaarheid, heeft daarmee dan ook een economische component. In het kader van de relatie bereikbaarheid en het functioneren van de binnenstad is bereikbaarheid/parkeren te beschouwen als een weerstandsfactor (zie bijlage A). De aantrekkingskracht van een centrum zal in de eerste plaats door de attractiefactoren van het centrum (sfeer, aanbod, etc.) moeten worden uitgeoefend. Wanneer een centrumgebied onvoldoende te bieden heeft zal de consument niet, "vanwege de goede bereikbaarheid of omdat je er goed kunt parkeren", ertoe gebracht worden het centrum alsnog te bezoeken. Hieruit mag echter niet de conclusie worden getrokken dat

bereikbaarheid/parkeren niet belangrijk zou zijn.

De aantrekkelijkheid van het centrum dient te worden ondersteund door een lage weerstand in de vorm van een adequate bereikbaarheid/parkeersituatie. Een consument kan er wel voor kiezen een centrumgebied niet of minder te bezoeken als gevolg van een slechte bereikbaarheid of parkeersituatie.

Naast het aantal parkeerplaatsen vormt de loopafstand een essentieel element in de mate waarin parkeervoorzieningen een bijdrage leveren in het economisch functioneren van de binnenstad. Er bestaat een -empirisch aantoonbaar- verband tussen de duur van het bezoek aan de binnenstad en de acceptabele loopafstand tussen parkeervoorziening en het kernwinkelgebied. De locatie van een parkeervoorziening is dus mede van invloed op het type binnenstadsbezoeker dat gebruik zal maken van de parkeeraccommodatie.

Bij (vergelijking van) de economische impact van parkeerlocaties kan onderscheid worden gemaakt tussen:

De directe effecten: Voor welke gebruikers van de binnenstad is de betreffende parkeervoorziening van belang, rekening houdend met de locatie van de parkeervoorziening, en de samenstelling van de bezoekerspopulatie? Wat is de invloed van deze binnenstadskennmerken op het gebruik van de parkeervoorziening? Welke (omzet-)bijdrage aan het functioneren van de binnenstad kan worden verwacht van de gebruikers van een parkeervoorziening op de onderzoekslocaties (en welke meeropbrengsten ten opzichte van geen parkeervoorziening)?

Indirecte effecten: Parkeren vormt een van de vestigingsplaatsfactoren voor bedrijven. Verbetering van de parkeersituatie zal leiden tot investeringen door ondernemers/eigenaren van onroerend goed, die hierop inspelen. Op deze wijze ontstaat, naast het directe effect van omzetgeneratie, een multiplier-effect.

### **3. De directe effecten**

#### *3.1 Wie parkeert in een parkeergarage?*

Om de directe effecten van realisatie van een parkeergarage te kennen is het van belang te weten wat de kenmerken van de automobilisten zijn die gebruik maken van parkeergarages. In het bijzonder het bezoekgedrag, het soort klanten dat gebruik maakt van een parkeergarage ten opzichte van parkeerders op andere locaties is daarbij van belang.

Er bestaat een samenhang tussen het functieprofiel van een binnenstad (lokaal of regionaal verzorgend), en de samenstelling/mobiliteitskenmerken van bezoekers van het gebied.

Kenmerkend voor het mobiliteitsprofiel van regionaal verzorgende centra zijn onder meer een relatief groot aandeel bezoekers per auto (mede als gevolg van de regionale functie), een langere bezoekduur van de consument waarbij de acceptabele loopafstand van parkeerplaats tot winkelgebied rond 300 m bedraagt, en een combinatie van 'run-' en 'fun-shopping' in het bezoekgedrag.

De binnenstadsbezoekers zijn geen homogene groep, maar daarbinnen zijn verschillende deelgroepen te onderscheiden.

Uit onderzoek (o.a. Parkeren in Groningen, 1997) blijkt dat er kenmerkende verschillen bestaan tussen de profielen van gebruikers van parkeergarages en parkeerders op parkeerterreinen.

Parkeerterreinen en parkeergarages vervullen in het parkeersysteem ieder hun eigen rol. Deze rol kan worden gekenschetst als:

**Parkeerterrein:** parkeervoorziening voor de doelgerichte bezoeker, die relatief kort de binnenstad bezoekt om daar een boodschap te doen, en op korte afstand van zijn bestemming wil parkeren. Prijs van het parkeren is niet doorslaggevend, de parkeerhandeling en het bereiken van de parkeerlocatie mag niet te veel tijd kosten.

**Parkeergarage:** parkeervoorziening voor de bezoeker die komt winkelen (recreatief). De bezoeker is bereid een hogere prijs te betalen voor een parkeerplaats op acceptabele loopafstand van het kernwinkelapparaat en heeft er de nodige tijd voor over deze parkeerplaats te vinden. De keuze voor een locatie wordt vooral bepaald door de richting waarmee de stad wordt benaderd.

### 3.2 Het belang van loopafstanden

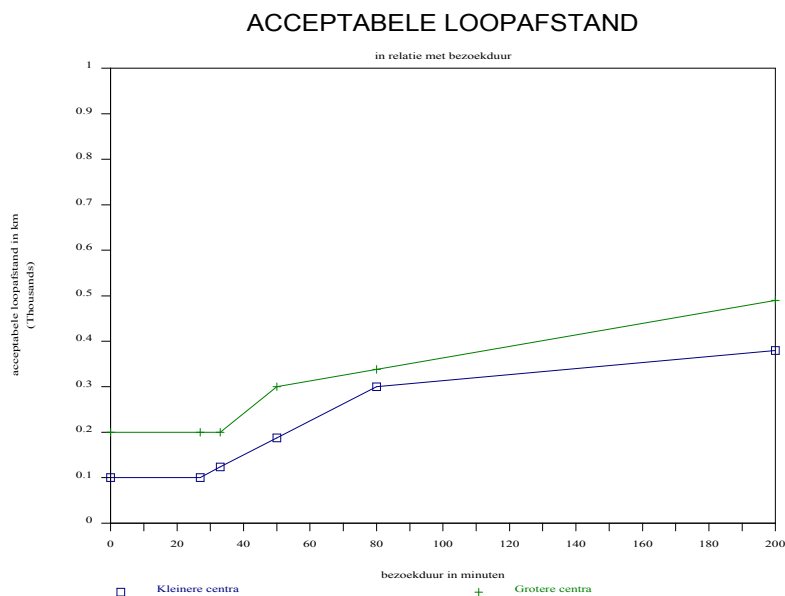
Dé belangrijkste factor die het functioneren van een parkeergarage bepaalt is de locatie. Voor de doelgroep die gebruik maakt van de parkeergarage moet de loopafstand van de parkeergarage tot de bestemming als acceptabel moeten worden ondervonden.

Hierbij bestaat een directe relatie met de bezoek-/parkeerduur. De parkeerder wil slechts een beperkt deel van zijn totale parkeertijd besteden aan het lopen van en naar zijn bestemming. Bij recreatief winkelen geldt daarbij het kernwinkelapparaat als bestemming, bij doelgericht winkelbezoek wordt door de parkeerder de te bezoeken winkel(s) als bestemming beschouwd.

De bezoekduur bepaalt de geaccepteerde looptijd, en daarmee ook de acceptabele loopafstand. Kortparkeren vindt over het algemeen plaats op relatief korte afstand van de bestemming. Als acceptabele loopafstand wordt door deze groep parkeerders over het algemeen niet meer dan 100 à 200 m. aangehouden.

De (middel-)langparkeerders benutten ook parkeerplaatsen die op een iets grotere loopafstand van hun (primaire) bestemming liggen. In navolgende figuur 3.1 is het (empirisch getoetste) verband tussen verblijfsduur en acceptabele loopafstand weergegeven.

*Figuur 3.1: Loopafstanden*



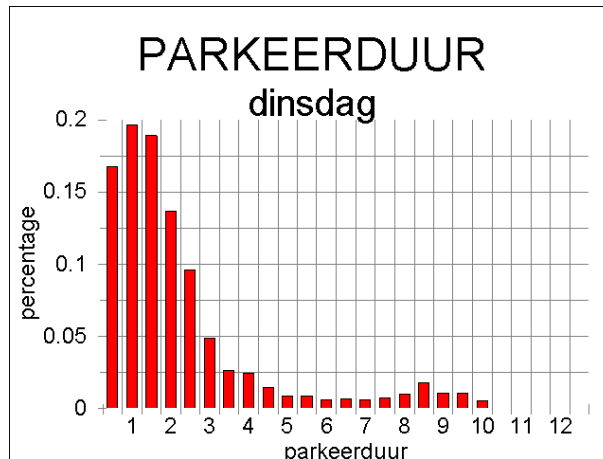
De twee lijnen in deze figuur kunnen worden beschouwd als grenslijnen, de empirisch gevonden waarden bewegen zich in het tussenliggende gebied.

De kwaliteit van de looproute kan enigszins van invloed zijn op de acceptabele loopafstand. In een aangename loopomgeving accepteert men iets langere loopafstanden, een onplezierige looproute of de oversteek van barrières verkorten de acceptabele loopafstand daarentegen.<sup>1</sup>

Binnen de Nederlandse verhoudingen wordt het effect daarvan, in positieve of negatieve zin, beperkt geacht tot enkele tientallen meters. De belangrijkste factor voor het bepalen van de acceptabele loopafstand is de bezoekduur.

In figuur 3.2 wordt een kenmerkende verdeling van de parkeer-/bezoekduren in een winkelgebied weergegeven.

*Figuur 3.2: Verdeling parkeerduur dinsdag*



In het getoonde voorbeeld, een middelgrote binnenstad, parkeert ongeveer een derde van alle parkeerders minder dan een uur. De gemiddelde parkeerduur voor centrumbezoekers zal hier ongeveer 60 minuten bedragen, met een daarbij behorende maximaal aanvaardbare loopafstand van ca 300 m.

Maar doelgerichte bezoekers in een dergelijke binnenstad parkeren (aanmerkelijk) korter dan een uur en zullen dan ook een kortere loopafstand wensen. Deze doelgerichte bezoekers vervullen een belangrijke rol in het economisch leven van de binnenstad. Dit vraagt om een differentiatie in het parkeerbeleid voor doelgericht winkelbezoek cq. recreatief winkelen.

### 3.3. De omvang van de directe effecten

Om de directe economische spin-off van een parkeerlocatie te ramen zal nauwkeurig moeten worden gekeken naar de locatie van de parkeervoorziening ten opzichte van de centrumfuncties, de lengte en kwaliteit van de looproute, de doelgroepen waarvoor de parkeervoorziening functioneert, omvang, gebruik en bezettingsgraad van de parkeeraccommodatie en het bestedingsgedrag van de gebruikers. Daarmee kan dan een inschatting gemaakt worden voor de omzet die door de parkeerders op deze locatie bij de bedrijven in het centrumgebied wordt gerealiseerd. Bij vergelijking van alternatieve locaties, bijvoorbeeld voor de bouw van een nieuwe parkeergarage, kan dit worden gehanteerd als maat voor het directe economische effect.

## 4. De indirecte effecten

### 4.1 Geen één-op-één verband

Niet alleen de directe, maar ook de indirecte economische effecten van de realisatie van parkeervoorzieningen spelen een rol bij de afweging van potentiële alternatieve locaties.

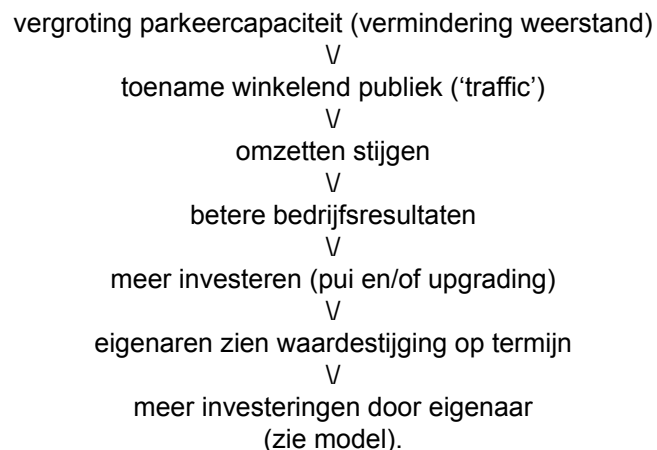
Parkeren vormt een van de vestigingsplaatsfactoren voor bedrijven. Er mag dan ook worden verwacht dat verbetering van de parkeersituatie zal leiden tot investeringen door centrumondernemers en eigenaren van onroerend goed, die hierop inspelen. Verbetering van de parkeersituatie leidt tot een

economische impuls, die zich kan vertalen in afgeleide investeringen in de binnenstad. Het gaat hierbij om niet rechtstreekse, en daardoor ook minder kwantificeerbare effecten, die vooral bepaald worden door de reacties van marktpartijen op de verbetering van de parkeersituatie.

#### 4.2 Vestigingsklimaat

Het functioneren van bedrijven wordt bepaald door het vestigingsklimaat van de plaats van vestiging. Op het vestigingsklimaat zijn een groot aantal factoren van invloed, waaronder kenmerken van het pand, nabijheid van andere bedrijven, voldoende passantenstromen ('traffic'), bereikbaarheid en parkeersituatie, etc. Wanneer het vestigingsklimaat positief wordt beoordeeld zijn ondernemers en eigenaren bereid te investeren in hun pand en bedrijfsvoering. Uit onderzoek<sup>ii</sup> blijkt dat straten in de buurt van o.a. parkeervoorzieningen significant vaker worden bezocht door winkelend publiek dan andere straten. Vooral aanloopstraten profiteren van dit effect. Zo is de kwaliteit van de winkelvoorzieningen in het Ritsevoort, een aanloopstraat naar het Alkmaarse kernwinkelgebied, aanzienlijk gestegen na opening van de Singel-parkeergarage aan deze straat. Uit een onderzoek in Maastricht bleek dat verplaatsing van de toegang tot een parkeerterrein van de ene aanloopstraat naar een andere, parallel gelegen straat leidde tot daling van de winkelomzetten in de eerstgenoemde straat, terwijl de omzetten in de straat waar de toegang naar toe was verplaatst stegen.<sup>iii</sup> Daarmee mag ook verwacht worden dat een verbetering van de parkeersituatie kan leiden tot een verbetering van het oordeel over het vestigingsklimaat, wat op zijn beurt weer leidt tot een verbeterd investeringsklimaat. Daarbij moet worden bedacht dat voor ondernemers investeren in parkeren en/of vastgoed vooral wordt gezien als investeren in randvoorwaarden om daarmee als bedrijf goed te kunnen functioneren.

Het proces dat ten grondslag ligt aan het genereren van investeringen als gevolg van verbetering van de parkeersituatie (bijvoorbeeld vergroting van de parkeer capaciteit) kent een aantal met elkaar verbonden stappen:



Op twee niveaus zijn derhalve investeringsimpulsen denkbaar, nl. door ondernemers (investeren in bedrijf) en door eigenaars (investeren in onroerend goed). In de meeste gevallen is de eigenaar de laatste in de rij, in sommige gevallen ook zijn eigenaars eerder dan de ondernemers geneigd over te gaan tot investeringen.

Investeren worden gebaseerd op een totaalbeeld van het vestigingsklimaat en worden bepaald door een veelheid van factoren, o.a. structuur en herkenbaarheid van het winkelgebied en bereikbaarheid (w.o. parkeren). Deze factoren worden in onderlinge relatie gewogen, waarbij bewuste en onbewuste afwegingen worden gemaakt. Zo is in de jaren '70 in Amsterdam onderzoek gedaan naar de verplaatsingsmotieven van bedrijven uit de binnenstad. Daarbij bleek in eerste aanleg met name de parkeerproblematiek de bewuste aanleiding voor verplaatsing te zijn. Op de achtergrond speelde echter ook de ruimte en representativiteit van de huisvesting een doorslaggevende rol. Ook het tijdsaspect is van belang. Aan een goede, maar snel realiseerbare oplossing kan door potentiële investeerders de voorkeur worden gegeven boven de beste, maar langer durende oplossing van de parkeerproblematiek.

Het verband tussen de locatie van een parkeergarage en het genereren van investeringen is derhalve indirect, en komt tot stand via een verbetering van het verblijfsklimaat en het toenemen van bestedingen en omzetten. Alléén de bouw van een parkeergarage leidt niet zonder meer tot investeringen en verbetering van het vestigingsklimaat. De ontwikkeling moet daadwerkelijk leiden tot een kwaliteitsverbetering van de stad.

Investeringen worden niet alleen bepaald door de locatie van de parkeergarage, maar ook de kwaliteit van de looproute is in dit verband van groot belang. Het is belangrijk dat de relatie met de stedelijke voorzieningen herkenbaar is (bijvoorbeeld een aanloopstraat), dat de stad 'voelbaar' is.

Een bijzonder aan de locatie van de parkeervoorziening gebonden vorm van detailhandel is de supermarktsector. De plaats van de parkeervoorziening bepaalt of en waar een supermarktorganisatie in een vestiging wil investeren.

#### *4.3 Aansluiten op de structuur*

De locatie van de parkeergarage zal moeten aansluiten op de structuur van het winkelgebied. Wanneer de locatie van een bronpunt (parkeergarage, station) onvoldoende aansluit profiteren winkels in het gebied nauwelijks mee<sup>iv</sup>.

Zo is in de loop van de jaren de structuur van het kernwinkelgebied in Deventer geleidelijk verschoven van de Lange Bisschopstraat als bepalende as naar de Korte Bisschopstraat als structuurbepalende richting. De richting van het kernwinkelgebied is als het ware gekanteld. Deze ontwikkeling treedt voor een deel namelijk vrij autonoom op. Een parkeervoorziening kan hierin wel accenten leggen, die vooral voelbaar zijn in de ondersteunende structuur van winkelstraten, mits de parkeerplaatsen binnen een acceptabele loopafstand van het kernwinkelgebied liggen, en aansluiten op de hoofdstructuur van het gebied. Structuurverandering is niet te keren door een parkeergarage op de 'verkeerde plek' neer te leggen, zie de ervaringen in Deventer met de parkeergarage Gibsonstraat. Deze parkeergarage vervult eigen functie, en heeft niet geleid tot het betrekken van de Nieuwstraat bij het kernwinkelgebied.

Echter, niet alleen kunnen parkeermaatregelen leiden tot andere loopstromen binnen een winkelgebied, ook veranderingen in ruimtelijke verplaatsingen kunnen een gevolg zijn. Parkeren is een weerstand, en bij vergroting van de weerstand kan de weerstand zo hoog oplopen dat de kooporiëntatie van winkelbezoekers wordt verlegd. Zo werd in de regio Arnhem/Nijmegen geconstateerd dat als gevolg van de parkeersituatie in de binnensteden van Arnhem en Nijmegen de omzet daar achterbleef, omzet die werd verplaatst naar de stadsdeelcentra in deze steden (ca 3% omzetgroei in de stadsdeelcentra)<sup>v</sup>. De belangrijkste oorzaak was een tekort aan parkeercapaciteit, betaald versus gratis parkeren speelde nauwelijks een rol.

#### *4.4 De omvang van de indirecte effecten*

De omvang van de investeringen die (indirect) worden gegenereerd door de realisatie van een parkeergarage hangt af van de mate waarin de parkeergarage daadwerkelijk in de praktijk blijkt bij te dragen aan een positieve ontwikkeling van de binnenstad, dus van de bijdrage in de omzet. Naarmate deze bijdrage groter is zijn ook meer investeringen te verwachten.

Als -mede door de verbetering van de parkeersituatie- de doelstellingen op het gebied van versterking regionale trekkracht, toename van het aantal bezoekers en omzetgroei worden gerealiseerd en de binnenstad zich ontwikkelt tot een positiever gewaardeerd vestigingsklimaat kan het effect in investeringen oplopen tot 10 à 20% van de waarde van het onroerend goed. Voor de totale binnenstad is dit een aanzienlijk bedrag.

Parallel zal ook een effect op het scheppen van werkgelegenheid optreden. Enerzijds is de parkeergarage zelf een bron van werkgelegenheid, maar ook omzetverhoging en investeringen in de binnenstad leiden tot arbeidsplaatsen in de betreffende bedrijven. Ook hier geldt hoe groter de investeringen hoe meer positief effect op de werkgelegenheid.



## 5. Veranderende ruimtelijke structuren en parkeerbeleid

Ruimtelijke structuren van steden zijn aan het veranderen<sup>vi</sup>. Verstedelijking doet zich steeds minder voor als (uitdijning van) monocentrische steden, maar veeleer als een complexere spreiding van stedelijke functies, oude kernen en nieuwe kernen over een groter stedelijk gebied (netwerkstad)

Schaalvergroting hangt hiermee nauw samen: veel sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen leiden tot een grotere schaal waar zich activiteiten afspelen. Wonen, werken, winkelen en andere activiteiten vinden ruimtelijk steeds meer gespreid plaats, onder meer door concentratietendenzen van voorzieningen. Daarbij krijgen autobereikbare locaties steeds vaker de voorkeur (grootschalige voorzieningen zoals winkels, ziekenhuizen en stadions naar de rand van de stad). Toenemend autobezit is zowel een gevolg als een stimulerende factor in deze processen.

Demografische ontwikkelingen (krimp) zullen ook op de ruimtelijke structuur van het land hun invloed uitoefenen. Een stagnerende bevolkingsgroei, c.q. afname van het aantal inwoners, gevoegd bij reeds langer optredende schaalvergrotingstendenzen in detailhandel, sociaal-medische voorzieningen enz., kunnen op den duur leiden tot een grotere concentratie van zowel de bevolking als de voorzieningen in grotere (stedelijke) concentraties. Kleinere kernen daarentegen verliezen hun voorzieningen, waardoor ruimtelijke schaalvergroting ontstaat met daarmee samenhangende mobiliteits- en parkeereffecten. Ook de veranderende samenstelling van de bevolking (vergrijzing) heeft zijn effecten: het toenemend aantal (mobiele) ouderen<sup>vii</sup> heeft een grotere vrijheid in zijn keuze van tijdstip en plaats van bestemming van zijn verplaatsingen.

De mogelijke gevolgen daarvan zijn een toenemende druk op de centrumsteden, zowel op het vlak van winkelen, als op sociaal-cultureel en medisch gebied. Daardoor ontstaat in die steden een toenemende parkeerdruk op het centroparkeren, en een olievlekwerking naar randzones. De verkeers- en parkeerdruk zal zich naar verwachting nog sterker dan nu concentreren in de stedelijke gebieden, en met name in de Randstad. Bij een landelijk dalende bevolkingssomvang zal een vergrote druk op de voorzieningencentra ontstaan, zowel als woonplaats als voor activiteiten (van eigen en regiobevolking). Derks<sup>viii</sup> voorziet –bij een nationaal dalend bevolkingsaantal– een lichte groei van het aantal inwoners van de Randstad. Dit betekent dat de bevolkingsdichtheid daar verder zal toenemen. Dit kan zowel leiden tot een toenemende parkeerdruk in woongebieden, als tot mogelijkheden voor vermindering van het gebruik van de auto.

Het overheidsbeleid blijft er op gericht om –gezien de voortgaande druk op kwetsbare (buiten-) gebieden– de extra ruimtebehoefte voor wonen en werken zoveel mogelijk een plek te geven in bestaand bebouwd gebied. Ook op die wijze is een intensivering van het ruimtegebruik en stimulering van centrumvorming te verwachten.

In de vijfde nota Ruimtelijke Ordening werd daarom nog geconcludeerd dat er meer ondergrondse parkeervoorzieningen zouden dienen te komen, om het bovengrondse ruimtebeslag van de auto in straten en op pleinen te verminderen. Bovendien werd gesteld dat overal waar de parkeerruimte schaars is betaald parkeren zou moeten worden ingevoerd, om daarmee negatieve effecten van bovengronds parkeren te voorkomen en de ruimtelijke kwaliteit van de openbare ruimte te verbeteren.

Deze aandacht voor het onderwerp parkeren op Rijksoverheidsniveau is in de Nota Ruimte (2005) verdwenen. Het onderwerp parkeren komt in die Nota niet voor, en ook in Nota Mobiliteit (2005) is het parkeren geen onderwerp, anders dan als mogelijk sturingsinstrument bij het stimuleren van fiets en openbaar vervoer.

Uitwerking van parkeerbeleid wordt primair gelegd bij de gemeenten, met een coördinerende rol van de provincies.

Geconcentreerde ondergrondse parkeervoorzieningen in woon-/werkgebieden (bijvoorbeeld het plan van het Amsterdams Parkeerfonds voor parkeergarages in de stadsgrachten) vormen een interessante aanzet om de parkeerproblematiek in dichtbebouwde gebieden het hoofd te bieden, mits voldaan kan worden aan de eisen die door potentiële gebruikers worden gesteld aan de acceptabele loopafstand. Tot nu toe bestaat alleen voor winkelbezoek nader inzicht in acceptatie van loopafstanden. Voor andere doelgroepen (bijvoorbeeld acceptabele loopafstand in de woonomgeving, voor recreatieverkeer of voor woon-werkverkeer) ontbreekt dit inzicht. Nader onderzoek naar

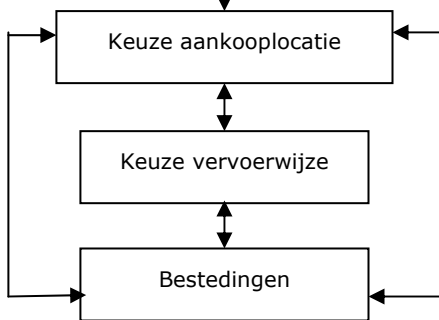
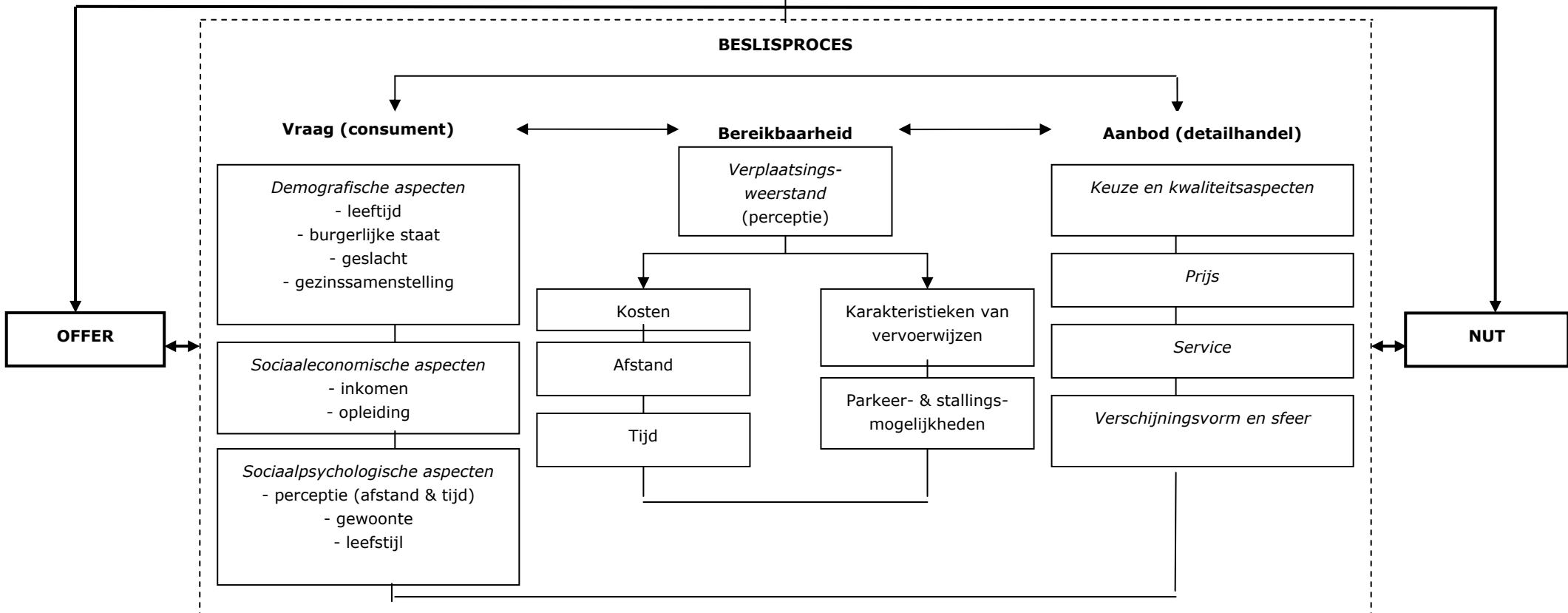
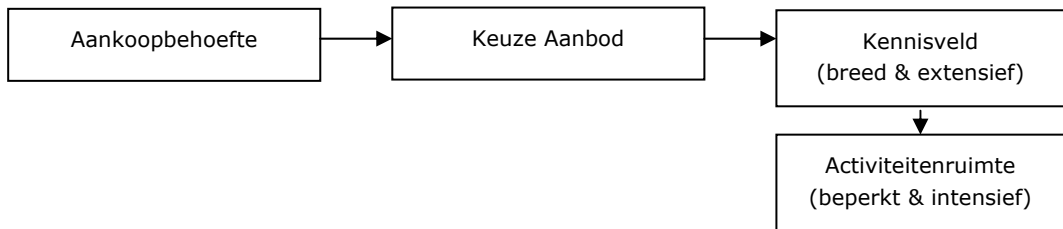
acceptatie van loopafstanden door verschillende typen parkeerders is dan ook dringend noodzakelijk om verantwoorde onconventionele parkeeroplossingen uit te kunnen werken.

Algemeen kan geconstateerd worden dat er door de toenemende parkeervraag een toenemende druk op de schaars beschikbare ruimte ontstaat. Daardoor neemt –vooral in stedelijke concentraties- de behoefte aan regulering van het parkeren over grotere gebieden toe. Door strategische toepassing van parkeermaatregelen (capaciteit, regulering, doelgroepenbeleid) kan parkeren worden ingezet als een structurerend element in het ruimtelijke orderingsbeleid.

## **6. Financiering parkeervoorzieningen**

Uit bovenstaande analyse blijkt dat ondernemers, beleggers/eigenaren en de gemeente uiteindelijk belang hebben bij kwalitatief goede en voldoende parkeervoorzieningen, aangezien deze respectievelijk hun omzet, hun vastgoedwaarde en hun binnenstedelijke structuur beïnvloeden. Het creëren en onderhouden van kwalitatief goede en voldoende parkeergelegenheid brengt aanzienlijke kosten met zich mee. Om het parkeren financieel haalbaar te maken, dienen hier ook parkeerinkomsten tegenover te staan. Het gaat er alleen om wie hiervoor betaalt: de bezoeker, de ondernemer, de projectontwikkelaar, de belegger, de gemeente of andere betrokkenen? Op dit moment worden meestal alleen aan de bezoeker de kosten van het parkeren (gedeeltelijk) doorbelast. Er dient echter gezocht te worden naar een acceptabele verdeelsleutel voor alle belanghebbende partijen. Voor de bijdrage van ondernemers ontstaan er reeds initiatieven in de vorm van BIZ (Bedrijveninvesteringszones). Maar er zijn waarschijnlijk nog vele andere creatieve mogelijkheden te bedenken.

# BIJLAGE A: Ruimtelijk koopgedrag



## Literatuur

---

- <sup>i</sup>Zie o.a. Overwegingen en gedrag bij parkeren; ir. P. Hakkesteegt en ir. B. Radema, Vexpansie 1989/3.
- <sup>ii</sup>The movement of shoppers within the central area of Newcastle on Tyne; D.J. Bennison, R.L. Davies, University of Newcastle on Tyne, 1977
- <sup>iii</sup> Borgers, ir. A.W.J., Timmermans, dr. H.W.J.; Multi-purposetrips en routekeuze van voetgangers in binnensteden; 1984
- <sup>iv</sup>Detailhandelsmagazine juli, 1997
- <sup>v</sup> Economische effecten van het regionale parkeerbeleid KAN; STEC Beleidsadvies, 1998
- <sup>vi</sup> Parkeerbeleid op middellange termijn, hoe vangen we de parkeerdruk in de toekomst op?, een discussiekader; KpVV, 2008
- <sup>vii</sup> CPB, De sociale staat van Nederland, 2003
- <sup>viii</sup> Derks, W., Hovens, P. Klinkers, L.; Structurele bevolkingsdaling, een urgente nieuwe invalshoek voor beleidsmakers, 2006