

Bijlagen

1. Definiëring
2. Toegepaste data
3. Gemeentelijst
4. Parkeergarages
5. Interviews

1. Definiëring

Bereikbaarheid

Bereikbaarheid geeft aan in welke mate de ruimtelijk-infrastructurele configuratie mensen in staat stelt ruimtegebonden activiteiten op verschillende locaties op diverse tijdstippen uit te oefenen (perspectief van personen). Verder geeft het aan in welke mate de ruimtelijk-infrastructurele configuratie bedrijven, voorzieningen en andere activiteitenplaatsen in staat stelt mensen, goederen, en informatie op diverse tijdstippen te ontvangen (perspectief van locaties van activiteiten) (Dijst, 2002).

Bezettingsgraad

Het percentage dat aangeeft in welke mate de totaal beschikbare capaciteit daadwerkelijk wordt benut, gemeten als jaargemiddelde over 2007 verdisconteerd naar openingstijden van 24 uur per dag (SGBO, 2008).

Exploitatie

Het winstgevend maken (Van Gool, 2003).

Exploitatiekosten

De kosten van onderhoud, onroerendgoedbelasting, verzekeringspremies, incasso- en beheerprovisies, niet doorberekende servicekosten en verhuurkosten (Van Gool, 2003).

Grote Stedenbeleid

Grote steden fungeren als motor van de samenleving. Mede hierdoor hebben de gemeenten te maken met complexe vraagstukken op het gebied van volkshuisvesting, werkgelegenheid, infrastructuur, armoede, veiligheid, kwaliteit van de sociale en fysieke leefomgeving, sociale samenhang en integratie van nieuwkomers en etnische minderheden. Het zijn voorbeelden van maatschappelijke ontwikkelingen die in de stad samenkomen en maken de stad tot een plaats waar innovatie en creativiteit ontstaan. De tweede convenantperiode omvat het streven naar de complete stad. Het realiseren van een goede infrastructuur, met daarbij goede parkeermogelijkheden maakt daar deel van uit (Grote Stedenbeleid, 2008).

Hypothese

Uitspraak over de waarde van een populatieparameter (De Vocht, 2004)

Locatietheorie

Een samenstel verifieerbare uitspraken die logische met elkaar samenhangen en die als geheel een verklaring geven voor de vestigingsplaats van bedrijven. (Atzema, 2002)

Maatschappelijk rendement

De (gewenste) positieve effecten die veroorzaakt worden door specifieke activiteiten die niet marktconform kunnen worden uitgevoerd (Gruis, 2004).

Omgevingsfactoren

De wereld buiten de onderneming voorzover die voor het functioneren van de onderneming bepalend of relevant is (Atzema, 2002).

Parkeerbeleid

Het geheel van regelingen en voorschriften die in een gebied gelden voor het gebruik van parkeerplaatsen (Ecorys, 2003).

Parkeercapaciteit

Het aantal parkeervlakken van de parkeervoorziening of van het beschouwde gedeelte van de parkeervoorziening (Nederlands Normalisatie Instituut, 2000).

Parkeergarage

Een gebouw, of onderdeel daarvan, in één of meer bouwlagen met het doel daarin auto's te parkeren door overwegend niet regelmatige gebruikers van de voorziening en daartoe bestaande uit een samenstel van verkeersruimten voor voetgangers voor horizontaal en verticaal transport, parkeervakken en noodzakelijke nevenruimten (Nederlands Normalisatie Instituut, 2000).

Parkeren

Het laten staan van een voertuig, anders dan gedurende de tijd die nodig is voor en wordt gebruikt tot het onmiddellijk in- of uitstappen van passagiers of voor het onmiddellijk laden of lossen van goederen (Nederlands Normalisatie Instituut, 2000).

Populatie

Totaal van de eenheden (Baarda, 2001).

Rendement

Beleggingsopbrengst als percentage van het belegde bedrag (Economische begrippen, 2006)

Stichtingskosten

De som van de totale bouwkosten en de grondkosten (Independer, 2008)

Variabelen

Eigenschapsbegrippen vertaald in concreet waarneembare termen (Baarda e.a., 2001).

2. Toegepaste data

Toetsbare hypothesen

Op basis van de beschikbare data zijn de volgende hypothesen onderzocht:

- 1) H0: Er is geen significant onderscheid in het rendement van betaald parkeren in openbare parkeergarages in relatie tot de reistijd tot het centrum.

Ha: Het rendement van betaald parkeren in openbare parkeergarages verschilt naarmate de garage dichterbij het centrum gelokaliseerd is.

- 2) H0: Er is geen significant verschil in het rendement van betaald parkeren in openbare parkeergarages in relatie tot de reistijd tot verbindingssassen en OV punten.

Ha: Het rendement van betaald parkeren in openbare parkeergarages verschilt naarmate de reistijd tot verbindingssassen en OV punten toe- of afneemt.

- 3) H0: Er is geen significant verschil in het rendement van betaald parkeren in openbare parkeergarages in relatie tot de aanwezigheid van concentraties van verschillende typen bestemmingen.

Ha: Het rendement van betaald parkeren in openbare parkeergarages verschilt in relatie tot de aanwezigheid van concentraties van verschillende typen bestemmingen.

- 4) H0: Er is geen significant verschil in het rendement van betaald parkeren in openbare parkeergarages in relatie tot de mate van functiemenging in de omgeving.

Ha: Het rendement van betaald parkeren in openbare parkeergarages verschilt in relatie tot de mate van functiemenging in de omgeving.

- 5) H0: Er is geen significant verschil in het rendement van betaald parkeren in openbare parkeergarages in relatie tot de parkeergelegenheid in de omgeving.

Ha: Het rendement van betaald parkeren in openbare parkeergarages verschilt in relatie tot de aanwezigheid van parkeergelegenheid in de omgeving.

- 6) H0: Er is geen significant verschil in het rendement van betaald parkeren in openbare parkeergarages in relatie tot het aantal inwoners van een gemeente.

Ha: Het rendement van betaald parkeren in openbare parkeergarages verschilt in relatie tot de grootte van de gemeente.

- 7) H0: Er is geen significant verschil in het rendement van betaald parkeren in openbare parkeergarages in relatie tot het aantal bezoekers van een gemeente.

Ha: Het rendement van betaald parkeren in openbare parkeergarages verschilt in relatie tot het bezoekersaantal van gemeenten.

- 8) H0: Er is geen significant verschil in het rendement van betaald parkeren in openbare parkeergarages in relatie tot de aanwezigheid van een autoluw beleid van gemeenten.

Ha: Het rendement van betaald parkeren in openbare parkeergarages verschilt in relatie tot de aanwezigheid van een autoluw beleid van gemeenten.

- 9) H0: Er is geen significant verschil in het rendement van betaald parkeren in openbare parkeergarages in relatie tot de capaciteit van de garages.

Ha: Het rendement van betaald parkeren in openbare parkeergarages verschilt in relatie tot de capaciteit van de garages.

Variabelen

De rendement-, pand- en omgevingskenmerken die geleid hebben tot de hypothesen, kunnen vastgesteld worden aan de hand van de volgende concreet meetbare variabelen:

Rendement

- *Bezettingsgraad*

Pandkenmerken

- *Capaciteit*
- *Uurtarief*
- *Openingstijden*
- *Abonnementen*

Markttechnische aspecten

- *Aantal inwoners gemeente*
- *Aantal parkeerplaatsen in betaald openbare parkeergarages*
- *Geografische ligging*

Locatiekenmerken

Nabijheid verbindingssassen

- *Afstand tot treinstations (in meters)*
- *Afstand tot dichtstbijzijnde afslag van snelweg (in meters)*

Bestemmingen omgeving

- Aantal huishoudens
- Kantoor- bedrijfsfunctie (in m2 terreinoppervlak.)
- Detailhandel/leisure
- Culturele voorzieningen (in m2 terreinoppervlak.)
- Afstand tot centrum (in meters)
- Aantal functies

Significantie

In de onderstaande tabel worden de resultaten per variabele weergegeven. Het gaat om de invloed op de bezettingsgraad per variabele bij een enkelvoudige regressie: R2. Daarnaast wordt de aard van het verband en de sterkte weergegeven door middel van de correlatie. Een negatieve correlatie geeft een negatief verband weer. Bij een lage waarde van de variabele is de bezettingsgraad dan hoger. Bij een positieve correlatie geldt het omgekeerde. De correlatie kan variëren van -1 (een perfect negatief verband) tot 1 (een perfect positief verband). De significantie geeft hier aan of de resultaten van de steekproef significant verschillen of gelijk zijn of verschillen. Het hangt van de variabele af welke toets is gebruikt om dit te toetsen. Bij een normale verdeling is de students t-toets gebruikt. Bij een niet normale verdeling is de Mann-Whitney toets gebruikt. De verdeling is normaal wanneer het aantal waarnemingen 30 of meer is, wat bij alle variabelen het geval is. Daarnaast dient de verdeling klokvormig te zijn. Bij een scheefheid groter dan 1 is de verdeling niet normaal (Baarda e.a., 2001).

Variabele	Toets	Significantie	R2	Correlatie
<i>Pandkenmerken</i>				
Capaciteit	Mann-Whitney	-0,33	5,2%	-0,23
Tarief	Mann-Whitney	-0,54	2,4%	0,16
Aantal uren open per dag	T-toets	0,64	14,8%	0,39
<i>Markttechnische aspecten</i>				
In de G4 (geografische ligging garage)	T-toets	-1,82	0,0%	0,00
In de Randstad (geografische ligging garage)	T-toets	-1,89	1,9%	0,14
Viercijferige postcode	T-toets	-1,31	2,5%	-0,16
Aantal openbare parkeergarages voor betaald parkeren	T-toets	-1,31	0,1%	-0,02
Inwonertal	T-toets	-0,56	0,0%	-0,02
<i>Bereikbaarheid</i>				
Afstand tot de dichtstbijzijnde afslag van een snelweg (meters)	T-toets	0,37	1,7%	0,13
Afstand tot het dichtstbijzijnde treinstation (meters)	Mann-Whitney	0,19	1,8%	0,13
<i>Wonen</i>				
Aantal huishoudens per postcode	T-toets	-0,19	7,7%	0,28
<i>Kantoren</i>				
Aantal banen op gemeenteniveau	Mann-Whitney	-1,65	0,1%	-0,03
Aantal bedrijven op gemeenteniveau	Mann-Whitney	-1,11	0,1%	-0,02
Oppervlakte bedrijventerrein binnen een straal van 50 meter (m2)	Mann-Whitney	-1,35	10,6%	-0,33

<i>Detailhandel & Leisure</i>				
Verkooppunten (aantal)	Mann-Whitney	-1,84	0,1%	-0,02
VVO (m2)	Mann-Whitney	-1,93	0,3%	0,05
Gefilialiseerde verkooppunten (aantal)	T-toets	-1,89	0,4%	0,07
Gefilialiseerd VVO (m2)	T-toets	-1,52	0,5%	0,07
Leegstand (aantal)	Mann-Whitney	-2,27	1,5%	0,12
Dagelijks (aantal)	Mann-Whitney	-1,73	1,1%	0,11
Mode en luxegoederen (aantal)	T-toets	-0,82	0,8%	0,09
Vrije tijd (aantal)	Mann-Whitney	-1,10	3,0%	0,17
In en om het huis (aantal)	Mann-Whitney	-0,33	0,8%	0,09
Detailhandel overig (aantal)	Mann-Whitney	-0,90	0,1%	0,08
Transport (aantal)	Mann-Whitney	-1,20	1,4%	0,12
Leisure (aantal)	T-toets	-0,37	0,2%	0,05
Diensten (aantal)	Mann-Whitney	-1,47	1,1%	0,11
Leegstand (%)	T-toets	-0,96	0,1%	-0,03
Dagelijks (%)	T-toets	-2,24	1,2%	0,13
Mode en luxegoederen (%)	T-toets	-1,88	0,0%	0,03
Vrije tijd (%)	T-toets	-0,50	3,7%	0,19
In en om het huis (%)	Mann-Whitney	-0,19	0,2%	-0,05
Detailhandel overig (%)	T-toets	-3,63	5,4%	0,24
Transport (%)	Mann-Whitney	-1,58	1,0%	0,10
Leisure (%)	T-toets	-2,08	0,4%	-0,06
Diensten (%)	Mann-Whitney	-0,95	0,7%	0,08
VVO per winkel (m2)	Mann-Whitney	-0,25	1,1%	-0,10
Afstand het dichtstbijzijnde winkelcentrum (meter)	Mann-Whitney	-0,50	0,1%	-0,03
<i>Cultuur</i>				
Oppervlakte sociaal-culturele voorzieningen binnen 500 meter (m2)	T-toets	0,62	3,5%	0,19
<i>Funciemenging</i>				
Afstand tot centrum (meters)	Mann-Whitney	-1,34	6,7%	-0,26
Aantal functies aanwezig binnen 300 meter (aantal)	Mann-Whitney	0,63	20,8%	0,46

De steekproef verschilt significant van de populatie in het geval van de variabelen die in rode letters zijn weergegeven. Deze variabelen zijn buiten de analyse gebleven. Het significantieniveau dat is aangehouden is -1,96 t/m 1,96 wat een betrouwbaarheid van 95% weergeeft. Dit is het geval bij de T-toets. Bij de Mann-whitney toets kunnen ook deze waarden gehanteerd worden omdat het aantal de 60 benaderd (Baarda e.a., 2001).

Multipele regressieanalyse

Voor de uiteindelijke multipele regressieanalyse is uitgevoerd is gekeken naar de onderlinge correlatie van de variabelen. Hiervoor is de Pearsons Correlation toets gebruikt in SPSS. Wanneer variabelen een onderlinge correlatie van 0,9 of meer hebben is één van de variabelen buiten beschouwing gelaten.

3. Gemeentelijst

Plaatsnaam

- 1 Alkmaar
- 2 Almelo
- 3 Amersfoort
- 4 Amsterdam
- 5 Arnhem
- 6 Breda
- 7 Den Bosch
- 8 Den Haag
- 9 Deventer
- 10 Dordrecht
- 11 Eindhoven
- 12 Emmen
- 13 Enschede
- 14 Groningen
- 15 Haarlem
- 16 Heerlen
- 17 Helmond
- 18 Hengelo
- 19 Leeuwarden
- 20 Leiden
- 21 Lelystad
- 22 Maastricht
- 23 Nijmegen
- 24 Rotterdam
- 25 Schiedam
- 26 Sittard-Geleen
- 27 Tilburg
- 28 Utrecht
- 29 Venlo
- 30 Zaanstad
- 31 Zwolle

4. Parkeergarages

Openbare parkeergarages voor betaald parkeren waarvan de data betrokken zijn bij de analyse.

Plaats	Bezettingsgraad
Alkmaar	23,5
Alkmaar	20,3
Alkmaar	48,3
Alkmaar	25,5
Almelo	12,0
Almelo	27,2
Almelo	13,9
Almelo	15,1
Almelo	16,3
Almelo	20,2
Almelo	26,2
Amsterdam	27,0
Amsterdam	13,0
Amsterdam	40,0
Amsterdam	7,0
Amsterdam	11,0
Amsterdam	12,0
Amsterdam	15,0
Amsterdam	42,0
Amsterdam	10,7
Amsterdam	36,0
Amsterdam	33,0
Arnhem	16,1
Arnhem	12,9
Arnhem	16,5
Den Bosch	52,5
Den Bosch	8,7
Den Bosch	22,2
Den Bosch	55,9
Den Haag	18,8
Dordrecht	45,8
Dordrecht	40,2
Haarlem	26,0
Haarlem	26,0
Haarlem	18,0
Haarlem	30,0
Leeuwarden	24,3
Leeuwarden	24,5
Leeuwarden	30,4
Leeuwarden	27,5
Leiden	28,9

Maastricht	7,9
Maastricht	27,1
Maastricht	10,1
Maastricht	33,7
Nijmegen	14,9
Nijmegen	12,2
Rotterdam	32,1
Rotterdam	34,3
Rotterdam	30,3
Rotterdam	24,4
Rotterdam	27,1
Rotterdam	24,9
Zwolle	21,4
Zwolle	26,2
Zwolle	26,3
Zwolle	20,5
Zwolle	14,6
Zwolle	31,0

5. Interviews

Interview met Dhr J. Kant, Afdelingshoofd Parkeerbeheer Gemeente Alkmaar

De gemeente heeft vier parkeergarages in bezit. Dit zijn Karperton, de Singelgarage, de Vest en Kanaalschiereiland. De garages bevinden zich in het centrum van de stad. Het gemeentelijke bezit van de garages is van oudsher zo gegroeid.

De Singelgarage is de nieuwste garage en is in 1998 in gebruik genomen. De garage is vanwege de ruimtedruk onder water gerealiseerd.

De verdeling van het aantal verkochte tickets per jaar is als volgt:

- Karperton	300.000
- Singelgarage	300.000
- De Vest	200.000
- Kanaalschiereiland	200.000

De verklaring voor het grote verschil in het aantal verkochte tickets is de nabijheid van het Waagplein, waar de kaasmarkt wordt gehouden. Ook blijven bezoekers die regelmatig naar Alkmaar komen terugkomen in de Singelgarage. De oorzaak is de inrichting. Gemak staat voorop, de garage is veilig, goed verlicht, er zijn brede parkeerplaatsen en er zijn geen kolommen. Op het totaal van het gebruik van garages heeft dit echter een kleine invloed. De belangrijkste factor bij de keuze voor een garage is de nabijheid van het centrum. In Alkmaar is het centrum vanaf elke garage goed te belopen, waardoor geen er groot verschil is tussen de aantallen verkochte tickets.

Van alle gebruikers van de garages is 8-9% vergunninghouder. De gemeente heeft er specifiek voor gekozen om vergunningen uit te geven in plaats van abonnementen. De gemeente kan namelijk criteria stellen aan vergunninghouders en deze mogelijkheden zijn beperkt bij abonnementen. Zo kan de gemeente er voor kiezen per huishouden één plaats te verhuren, alleen te verhuren aan bewoners van Alkmaar of juist aan werknemers. Er kan worden gekozen voor een jaarabonnement, een abonnement voor onder werktijden of een flexibel abonnement. Bij het flexibele abonnement wordt betaald voor de geparkeerde tijd: hoe minder gebruik wordt gemaakt van het abonnement, hoe goedkoper het tarief wordt. Een jaarabonnement kost ongeveer €700, - voor bedrijven, en €363,30 voor bewoners voor een parkeerplek.

Via een parkeerverwijssysteem worden de bezoekers naar een garage geleid. Het belang van TomTom neemt toe in de keuze voor een garage. TomTom kan de locatie aangeven waar geparkeerd kan worden.

De komende jaren zullen 2 P+R terreinen gerealiseerd worden. Bezoekers willen het liefst zo dicht mogelijk bij de bestemming parkeren, maar er bestaat een doelgroep waarvoor P+R aantrekkelijk kan zijn, bijvoorbeeld werknemers. Een van de P+R terreinen wordt een transferium bedoeld voor bezoekers van Alkmaar en van de kust. Het vervoltransport zit bij de prijs inbegrepen. De heer Kant

betwijfelt of het concept succesvol is omdat bezoekers zo dicht mogelijk bij de bestemming willen parkeren. Toch hoopt de gemeente dat bezoekers het gemak van P+R verkiezen boven het zoeken naar een parkeerplaats in de straten van de stad. Er komen in totaal 600 parkeerplaatsen op de P+R terreinen. De P+R terreinen concurreren niet ten opzichte van de parkeergarages.

De belangrijkste keuzefactoren voor de parkeergarages zijn:

- Locatie
- Afstand tot centrum (loopafstand)
- Uitstraling
- Veiligheid
 - o Licht
 - o Schoon
 - o Onderhoud

De prijs heeft binnen redelijke normen geen invloed op het gebruik. De keuze voor de garage is voor een groot deel van psychologische aard. Bezoekers staan liever in de file voor een garage dicht bij het centrum als dat in een verder gelegen garage geparkeerd wordt. Daarnaast is de beschikbaarheid van informatie van belang. Een bezoeker parkeert eerder in een garage waar men eerder geweest is.

De bezettingsgraad van de vier garages is gemiddeld 31,4 % en is op basis van het aantal auto's per half uur. In de loop der jaren is de bezettingsgraad ongeveer gelijk gebleven. In de toekomst wordt een toename verwacht omdat parkeerplaatsen op straat aan de voorraad onttrokken worden. Dit jaar gaat het om 360 parkeerplaatsen. In 2006 waren er 4950 betaalde parkeerplaatsen op straat in het centrum, waarvan 2606 plaatsen voor kort parkeren. Deze bestaan uit vergunning parkeren, kort parkeren of plaatsen bestemd voor beiden. Er zijn geen zones waar verschillende typen gelden, dit verschilt op straatniveau en hangt af van de bestemming. Bewoners krijgen een vergunning, maar bij de aanwezigheid van een buurtwinkel zijn kortparkeerplaatsen nodig. In de toekomst wil de gemeente een eenduidig beleid, omdat de situatie voor bezoekers erg verwarrend is.

De tarieven op straat zijn hoger dan in de parkeergarages. Op straat wordt €1,90 per uur betaald en in parkeergarages €1,30. Exclusief BTW houdt de gemeente €1,09 per uur over aan parkeren in een garage. Elke plaats in een garage levert dus per definitie €0,81 verlies op, de kosten niet meegerekend. Dit weegt echter niet op tegen het maatschappelijke rendement om blik van straat te halen. Zo mag er niet meer op de pleinen geparkeerd worden. Doordat deze nu onder andere voor terrassen gebruikt kunnen worden zijn er ook belangrijke baten. Per saldo is parkeren rendabel omdat de winst van straatparkeren het verlies van garageparkeren compenseert.

De meeste invloed op het rendement heeft de gemeente op de kosten. Het aantal verkochte tickets is namelijk erg moeilijk te beïnvloeden. Dit is afhankelijk van de status van de stad, de activiteiten, het weer, etc.

Interview met Dhr H. Berkelaar & Dhr M. Seebregts, Dienst Parkeergebouwen Amsterdam

Gemeentelijk beleid

De gemeente ziet het als een taak om bereikbaarheid en parkeren te beïnvloeden om hiermee de maatschappelijke belangen te behartigen. Milieu speelt hierbij een voorname rol. Door de toegenomen aandacht voor deze onderwerpen komen ook meer gelden beschikbaar om doelen te verwezenlijken. Amsterdam wil het parkeren voor bezoekers concentreren buiten de A10. Bij de ring kunnen bezoekers parkeren op de P+R terreinen. In de toekomst zullen hiervan meer gerealiseerd worden. Vervolgens kunnen de bezoekers per openbaar vervoer de weg naar hun bestemming vervolgen. Binnen de A10 wordt een ontmoedigingsbeleid gevoerd waarbij tarieven oplopen richting het centrum. Daarnaast kan de gemeente de bereikbaarheid van het centrum voor autoverkeer verminderen om gebruik van openbaar vervoer of P+R terreinen te stimuleren. Een andere maatregel is het goedkoper maken van tarieven in parkeergarages ten opzichte van het straatparkeren.

Het autovrij maken van de stad voor bezoekers zal in de praktijk onmogelijk zijn. De Bijenkorf vormt bijvoorbeeld een belangrijke economische pijler van het centrum. Het assortiment is afgestemd op autobereikbaarheid. Bij een sluiting van de Bijenkorfgarage voor bezoekers zou de gehele winkelformule veranderd moeten worden, of er zal een andere locatie gezocht moeten worden. Vanwege het belang voor de binnenstad zal deze garage ook in de toekomst per auto bereikbaar blijven.

Exploitatie

De openbare parkeergarages voor betaald parkeren in Amsterdam hebben een bezettingsgraad van ongeveer 40% op basis van openingstijden (Uit de bezettingsgraden die de gemeente geleverd heeft blijkt dat het gemiddelde 23% is). De functies in de omgeving zijn bepalend voor de bezettingsgraad. Er wordt zo dicht mogelijk bij de bestemming geparkeerd. Bij verschillende functies zullen ook meer parkeerders aangetrokken worden, waardoor de bezettingsgraad stijgt. Daarnaast zorgt het voor een verspreiding van de piekmomenten. Overdag wordt van de garages gebruik gemaakt door winkelpubliek, 's avonds door uitgaanspubliek en in het weekend door evenementenbezoekers. Dubbel gebruik wordt dan ook nagestreefd. Daarnaast wordt dubbel ruimtegebruik in een andere zin gestimuleerd: het realiseren van een garage met daarboven andere functies. Dit bevordert het gebruik van de parkeergarage en daarnaast kunnen ook de realisatiekosten verspreid worden. In dergelijke gevallen wil de gemeente vanuit maatschappelijk oogpunt dat de garage openbaar is om meervoudig gebruik te stimuleren. Hier ontstaat een discussie wie verantwoordelijk is voor de realisatie en de exploitatie en hoe de kosten worden verdeeld.

De gemeente streeft ernaar om elke garage voor minimaal 25% openbaar te maken. Om de maatschappelijke doelstellingen te kunnen verwezenlijken wil de gemeente garages in eigen bezit/beheer hebben. Het is dan eenvoudiger om de tarieven en de verhouding tussen abonnementen en openbare parkeerplaatsen te beïnvloeden.

Parkeerplaatsen in garages bestemd voor abonneementhouders zijn bijna zonder uitzondering verliesgevend. Dit kan worden beperkt door meerdere abonneementhouders per parkeerplaats te hebben. Dit kan bijvoorbeeld wanneer er in de omgeving in ploegendiensten wordt gewerkt. Omdat het maatschappelijk gezien wenselijk kan zijn om toch parkeerplaatsen ter beschikking te stellen voor abonneementhouders heeft de gemeente invloed op de garages nodig. De parkeergarages in de Bijlmer kosten bijvoorbeeld €500, - per jaar per plaats voor abonneementhouders. Het gaat hier puur om de exploitatiekosten. De opbrengsten zijn slechts €360, - per plaats. De openbare plaatsen zijn bijna zonder uitzondering rendabel.

Parkeergarage de Kolk was de eerste in het bezit van Parkeergebouwen. De garage is in 1991 aangekocht voor €90.000 per parkeerplaats. Er is in de berekening van uitgegaan dat de garage in 15/20 jaar het break-evenpoint zou bereiken, met de prijsstijging meegenomen. In de praktijk was het breakeven point echter al na 6 jaar bereikt. Toch zijn er ook voorbeelden waarbij het omgekeerde heeft plaatsgevonden.

Er zijn diverse mogelijkheden om de bezettingsgraad beïnvloeden. Ten eerste kan de verhouding abonneementhouders - openbare plaatsen veranderd worden, omdat openbare parkeerplaatsen meer opleveren. Daarnaast kunnen de tarieven aangepast worden. Een oorzaak waardoor de bezettingsgraad kan afnemen is het gevoel van veiligheid en de belevingswaard. Dit kan worden veranderd door een aanpak bestaande uit 4 fasen:

- Een volle garage: veel mensen geeft een gevoel van veiligheid.
- Transparantie en oriëntatie: een duidelijk zicht door de garage en bewijzering waar men naar toe moet en waar de nooduitgangen en servicefaciliteiten zijn. Dit geeft een comfortabeler en veiliger gevoel.
- Onderhoud: een goed onderhouden garage oogt beter, een verloederde garage geeft een onveilig gevoel.
- Toezicht: toezicht kan aanduiden dat het nodig is dat er bewaking aanwezig is en de garage dan ook onveilig is. In Nederland is toezicht echter een geaccepteerd fenomeen en creëert een gevoel van veiligheid.

Wanneer deze maatregelen genomen worden, dan blijven de gebruikers van de garage behouden als klanten. Er worden hierdoor echter geen nieuwe klanten aangetrokken.

Ondergrondse en bovengrondse garages

Tussen ondergrondse en bovengrondse parkeergebouwen bestaan geen verschillen in bezettingsgraad. Wel is het zo dat ondergrondse parkeergarages veelal in het centrum gelokaliseerd zijn en bovengrondse meer buiten het centrum. De oorzaak hiervan is de ruimtedruk. Mede door dit gegeven is geen goede vergelijking tussen ondergronds en bovengronds mogelijk omdat het verschil waarschijnlijk voor een groot deel door de lokatie wordt bepaald. Toch is er geen verschil tussen de keuze voor een ondergrondse en een bovengrondse garage door de klanten. Wel is er een groot verschil in bouwkosten. Globaal gezien nemen de bouwkosten bij een ondergrondse garage ten opzichte van een bovengrondse toe met een factor 2. Bij een bovengrondse parkeergarage liggen de

kosten op €15.000, - per plaats en bij een ondergrondse parkeergarage liggen de kosten op €30.000, - per plaats. De ondergrondse garages liggen echter veelal in het centrum, waar hogere tarieven geheven worden. Hierdoor neemt het financiële effect van de hogere realisatiekosten af.

Succesfactoren

Bij de keuze voor parkeergelegenheid speelt de bestemming de grootste rol. Doordat parkeren niet het hoofddoel is van de klant zal deze zo dicht mogelijk bij de bestemming parkeren. Zo is de Bijenkorfgarage berucht om de file voor de ingang. Mensen willen zo dicht mogelijk bij de bestemming parkeren, ook al gaat dit ten koste van de reistijd. Per saldo is het vaak sneller om verder van het centrum te parkeren en per openbaar vervoer verder te reizen. Het aanbod van P+R speelt hierop in. Daarbij komt dat P+R vaak een stuk goedkoper is dan dicht bij het centrum parkeren. Een hele dag kost soms maar €6,00 waar het natransport per openbaar vervoer bij inbegrepen zit voor alle inzittenden van de auto. Normaal gesproken is alleen het natransport soms al duurder en een uur parkeren gaat in het centrum €5,00 kosten. P+R is dus niet alleen sneller, maar ook veel goedkoper. De eerste P+R mogelijkheid in Amsterdam was het transferium. Er zijn 500 plaatsen en er wordt een bezettingsgraad van 30% behaald. Dit is de meest succesvolle P+R mogelijkheid. De andere opties behalen een lagere bezettingsgraad, maar er is wel een sterke groei waarneembaar. Toch is de doorslaggevende factor bij de keuze voor parkeergelegenheid het comfort. Parkeren bij de bestemming is de ideale situatie en de praktijk wijst uit dat consumenten hiervoor een hogere prijs en een langere reistijd voor lief nemen.

Van invloed op de keuze voor een alternatieve parkeergelegenheid of vervoerswijze is het aanbod in de directe omgeving van parkeerplaatsen, de prijs hiervan en de vraag naar parkeergelegenheid. Wanneer de consument om de hoek gratis of goedkoop kan parkeren, zal deze niet snel voor de dure optie voor de deur kiezen. Dit verandert naarmate de afstand toeneemt. Wanneer de consument te lang moet rondrijden om een plek te vinden zal deze op zoek gaan naar alternatieven. Toch hebben kleine prijsverschillen weinig invloed op de bezettingsgraad. Het comfort wordt verkozen boven de laagste prijs.

Interview met Dhr K. Soederhuizen, Directeur parkeerbedrijf Arnhem

Exploitatie

Het motief voor de gemeente om zelf de parkeergarages te beheren is strategisch. Hierbij kunnen drie verschillende typen onderscheiden worden:

- bezit
- beheer
- exploitatie

De gemeente is voornemens het zuidelijke deel van het centrum te herontwikkelen (Project Rijnboog). Met het oog hierop is het verstandig de parkeergarages in eigen bezit/beheer te hebben. Hierdoor hoeft het vastgoed bij herontwikkeling niet aangekocht te worden en wordt er geen hinder ondervonden van contracten met commerciële partijen. Daarnaast heeft de markt een winst oogmerk en de gemeente niet. Hierdoor kunnen wanneer de garages in gemeentelijk bezit zijn de maatschappelijke belangen beter behartigd worden. Een voorbeeld is het verdwijnen van blik op straat. Dit heeft als bijkomend voordeel dat de parkeerplaatsen op straat als overloop op piekmomenten gebruikt kunnen worden. Zo maakt bijvoorbeeld de Provincie die in Arnhem gevestigd is gebruik van straatparkeren. Een ander motief is van financiële aard. De gemeente heeft een belastingvoordeel omdat geen vennootschapsbelasting betaald hoeft te worden.

Vroeger bestond het parkeerbeheer uit verschillende BV's, waar elk een andere garage onder viel en een aparte BV voor het straatparkeren. De ene garage en daardoor de BV, was verliesgevend en de andere rendabel. Daarnaast is straatparkeren winstgevend. Om deze reden zijn alle betaald parkeermogelijkheden samengevoegd onder één BV, waardoor het verlies van bepaalde garages gecompenseerd wordt. Dit vormt een soort subsidie voor parkeergarages. Het belangrijkste is dat parkeren als geheel geen verlies leidt.

Het verschil tussen verlies leidende en winstgevende garages is vooral de bouwkosten. Ondergrondse garages zijn duurder om te realiseren, en daardoor onrendabel. Dit zijn tevens de nieuwste garages. De garages zijn in '78, '60, '86 en '05 gerealiseerd. Het realiseren van kwalitatief hoogwaardige garages kost veel geld. Hierbij kan gedacht worden aan het verbeteren van de beleving en veiligheid. Een ander aspect dat de jaarlijkse kosten beïnvloed is de afschrijvingstermijn. Deze varieert tussen de 30 en de 50 jaar.

Beleid

Het beleid ten opzichte van parkeren dicht bij de bestemming of P+R mogelijkheden is afhankelijk van de politieke kleur van de gemeente. Het beleid kan daardoor veranderen in de tijd.

De gemeente erkent dat mensen zo dicht mogelijk bij de bestemming willen parkeren en biedt daarom voldoende parkeerruimte in de garages aan tegen een redelijke prijs.

De garages die in particulier bezit zijn volgen de tarieven van de gemeentelijke garages. De gemeentelijke garages zullen namelijk om maatschappelijke motieven een andere prijs hanteren, die

soms lager ligt dan de tarieven die marktpartijen willen hanteren. Wanneer de tarieven ver boven de die van de gemeentelijke garages zouden liggen daalt de bezettingsgraad van de particuliere garages.

De P+R mogelijkheden bestaan uit een transferium met een capaciteit van 450/500 plaatsen waar ongeveer 30.000 auto's per jaar parkeren. Het tarief hiervan is €2,50 inclusief natransport.

Voor de garages geldt dat de omzet per plaats per jaar tussen de €2000, - en €1000, - varieert.

Succesfactoren

Het gebruik van parkeergarages laat een stijgende trend zien. Duidelijk merkbaar was de periode waarin het straatparkeren sterk teruggedrongen is, waardoor het garagegebruik sterk gestegen is. Mensen willen in eerste instantie op een parkeerplaats op straat staan, onafhankelijk van de kosten. Zodra er op straat een tekort is wordt op zoek gegaan naar parkeerplaatsen in garages. Wel is hier een verschil tussen de piekmomenten en de tijd daarbuiten. In de piekmomenten neemt de bereidheid van bezoekers om verder te lopen naar de eindbestemming toe, waardoor verder gelegen garages volstromen. De afstand tot de eindbestemming vormt een belangrijke verklarende variabele voor het succes van een garage.

Binnen redelijke normen is de invloed van de tarieven op de bezettingsgraad inelastisch. De keuze voor de parkeergelegenheid wordt bepaald door de factoren gemak en gewoonte. Gemak bestaat uit ten eerste de bereikbaarheid van de garage. Deze moet goed aangegeven staan en op een voor de hand liggende locatie liggen ten opzichte van snelwegen. Belangrijker is dat mensen zo dicht mogelijk bij hun eindbestemming willen parkeren. Wanneer de mensen eenmaal bekend zijn met een garage zullen ze, mits ze een goed gevoel van veiligheid hebben, blijven terugkeren naar deze garage. Pas bij extreme prijsverhogingen zullen alternatieven gezocht worden.

Het aandeel van abonnementen in parkeergarages hangt af van de functies in de nabije omgeving. Bij veel kantoren zijn er meer abonneenthouders dan bij detailhandel. Winkelpersoneel en bewoners nemen bijna geen abonnementen af. Dit komt omdat een parkeervergunning op straat €109, - per jaar kost tegenover €1300,- per jaar voor een parkeergarage. Abonnementen vormen de bodem voor de exploitatie. Er wordt gemiddeld minder verdient dan bij betaald openbaar parkeren, maar er is sprake van synergie. De abonneenthouders hebben geen vaste plaats. Op de momenten dat de abonneenthouders gebruik maken van een parkeergarage, maken overige parkeerders er minder gebruik van. Het uitgeven van abonnementen werkt daardoor stimulerend voor de exploitatiemogelijkheden.

Overige garages

De parkeergarage Kronenburgpassage is een parkeerdek op de begane grond en is gratis. Dit is een parkeerdek onder een winkelcentrum dat op +1 gelegen is. Het is dan ook geen betaald openbare parkeergarage en valt buiten de populatie. De parkeergarage aan de Broerenstraat is deels ondergronds en is in bezit van een pensioenfonds.

Interview met Dhr L. Offens, Beleidsmedewerker Stadtoezicht Gemeente Den Bosch

Het grootste deel van de parkeergarages van Den Bosch ligt in de binnenstad (6/7). Hiervan zijn 2 in beheer van Q-park en 5 bij de gemeente. De gemeente denkt er over om het beheer van de andere garages ook uit te besteden vanwege de grotere expertise van marktpartijen. Het eigendom blijft wel bij de gemeente. De ambitie is een autovrije binnenstad en het aankopen van het vastgoed in de toekomst is te kostbaar om het bezit af te stoten.

Den Bosch had in de jaren '70 een verpauperde binnenstad met een slechte bereikbaarheid. Om dit te verbeteren zijn de parkeergarages ontwikkeld. In het begin waren deze in het beheer van particulieren. De exploitatie werd verwaarloosd. In de jaren '80 is parkeertoezicht losgekoppeld van de politie, zodat de gemeente meer invloed kon uitoefenen. In de jaren '90 zijn de parkeergarages onder de gemeentelijke parkeerdienst gekomen.

In de binnenstad is de bereikbaarheid nog steeds slecht. Dit komt voornamelijk doordat de binnenstad van historische aard is. Er kan niet gesloopt worden, de straten zijn erg nauw en er staan monumentale panden. Op de piekmomenten is er een tekort van ongeveer 2500 plaatsen, daarbuiten is een overcapaciteit. Het centrum heeft totaal 3000 betaalde parkeergelegenheden. Doordat een groot deel van de tijd in de piekuren valt (bijvoorbeeld een relatief langere kerstperiode) is de gemiddelde bezettingsgraad goed. De beleidsmatige vraag is of in de piekuren aan de vraag voldaan moet worden, terwijl daarbuiten een overcapaciteit bestaat.

Er zijn 1000 plaatsen voor vergunninghouders, voor het aantal gebruikers geldt een factor 1,5: 1500 vergunninghouders. Voor een parkeerplaats bestaat een wachtlijst van 800 personen. Er is alleen ruimte voor 1 auto per huishouden, de 2^e auto krijgt geen vergunning. De ambitie van de gemeente is om in de toekomst (15/20 jaar) parkeren in de binnenstad alleen voor bewoners en bevoorrading te bestemmen. Alle bezoekers kunnen middels P+R naar de stad komen.

De combinatie van winkelen en toerisme zorgt voor een hogere bezetting. De bestemmingen van de bezoekers bestaan uit detailhandel, toerisme, cultuurhistorie en musea. Voor de ramingen van het benodigde aantal parkeerplaatsen wordt uitgegaan van aantal bvo.

De transferia stromen sneller vol in de piekuren. De parkeervoorkeur gaat uit naar de dichtstbijzijnde mogelijkheid bij de bestemming. Hierbij spelen psychologische factoren een belangrijke rol. Parkeren op een P+R terrein en vervolgens met OV naar de bestemming is, zeker in de piekuren, sneller dan parkeren in een parkeergarage. Het gevoel van vijf minuten wachten op de bus duurt langer dan een kwartier voor de ingang van de parkeergarage wachten. Het is voor de P+R terreinen daarom van belang de overstaptijd zo kort mogelijk te houden.

Bij de ontwikkeling van parkeergarages speelt het maatschappelijke rendement vanuit de gemeente de belangrijkste rol. Voorbeelden zijn het tegengaan van files door het zoeken naar

parkeergelegenheid in de binnenstad, verbeteren van de luchtkwaliteit (fijnstof) en het verbeteren van het stadsaanzicht. Op de tweede plaats komt het sluitend krijgen van de exploitatie. Het voornaamste hierbij is dat de investeringen over 40 jaar terugverdiend zijn. Zo kan het voorkomen dat een parkeergarage die pas ontwikkeld is de eerste jaren niet goed rendeert omdat de ontwikkelingen in de omgeving nog niet gereed zijn (winkelcentrum, woonwijk, etc). Door te zorgen dat de parkeergarage tijdig gereed is worden van begin af aan bezoekers getrokken en staat het gebied voor goede bereikbaarheid en parkeermogelijkheden. Op termijn wordt hierdoor een betere exploitatie bereikt. Beeldvorming speelt hierbij een belangrijke rol.

Voorbeeld parkeergarage paleiskwartier: Herontwikkeling van vesting. Blik van straat, hergraven van gracht, herbouwen vesting. Ondergrondse parkeergarage, 1100 plaatsen, stichtingskosten 45 miljoen euro. Via een helling komt men in de vesting, en gedurende de weg beleeft men de cultuurhistorie. De combinatie van cultuurhistorie en goede bereikbaarheid en parkeermogelijkheden zorgt voor een toeristenstroom. De bezoekers van de garage zijn dan ook van recreatieve aard. Het minimaliseren van parkeergelegenheden op maaiveld niveau is het doel. De gebruiks- en belevingswaarde van de parkeergarage speelt hierbij een belangrijke rol.

De bezettingsgraad van parkeergelegenheden met een middentarief zijn het meest beïnvloedbaar. De Het middentarief wordt bezocht door een publiek dat eerder voor andere mogelijkheden zal kiezen, bijvoorbeeld P+R en openbaar vervoer.

Het aandeel van lang parkeren is in het centrum relatief hoog. De gemeente denkt er over om op termijn een maximale parkeerduur in te voeren.

De parkeerfunctie is kwetsbaar omdat deze voor een groot deel gerelateerd is aan detailhandel. De binnenstad moet met een aantal nabij gelegen gemeenten concurreren en in de detailhandel is er een spin-off van grote ketens naar de overige detailhandel. Er is een verschuiving naar leisure activiteiten waarneembaar: de beleving van vrije tijd en funshoppen. Het imago speelt daarbij een grotere rol dan de daadwerkelijke bereikbaarheid. Een imago van een slechte bereikbaarheid zorgt voor veel lagere bezoekersaantallen omdat de keuze van de consument ruim is en bezoekers de schaarse vrije tijd goed wil besteden.

De grotere wijkwinkelcentra nemen de klassieke winkelfunctie van de binnenstad over. In deze gebieden neemt de vraag naar parkeergelegenheid sterk toe, waardoor de vraag naar en het draagvlak voor betaald parkeren groter wordt.

Een succesfactor bij het parkeerbeleid is het betrekken van actoren. Deze kunnen hun voorkeuren dan aangeven, evenals knelpunten. Dit voorkomt dat een slecht imago ontstaat en ondernemers of bewoners gaan klagen.

Het vervoer binnen den Bosch bestaat voor 20% uit openbaar vervoer, 60% autoverkeer en 20% overig vervoer. De concurrentie tussen de auto en ov is laag.

Eén van de parkeergarages is gebouwd volgens een innovatief systeem waarbij de auto automatisch naar de parkeerplek wordt gebracht. Hierbij zijn echter problemen ontstaan waardoor enorme wachtrijen voor de parkeergarage ontstonden. Auto's moeten op de handrem staan en soms wil het systeem een auto op een plaats parkeren die al bezet is. De software is erg ingewikkeld en gevoelig. Daarnaast is de realisatie twee keer zo duur dan een gewone ondergrondse garage.

Interview met Dhr A. Dolfma, Manager parkeerbedrijf Groningen

Gemeentelijk beheer & exploitatie

Er zijn in Groningen ongeveer 15.000 betaalde parkeerplaatsen op straat en 4500 parkeerplaatsen in de garages. Sinds 2004 exploiteert de gemeente Groningen zelf garages. Voorheen werd dit altijd door commerciële partijen gedaan. Hiervoor is gekozen omdat met de uitbesteding aan commerciële partijen kennis en ervaring zou worden binnengehaald over sturing en optimalisatie van omzet en bezetting. De praktijk wijst echter uit dat de commerciële partijen zich beperken tot de operationele werkzaamheden. Het gaat de commerciële partijen om de opbrengst van het vastgoed. Het is bekend dat in de toekomst herontwikkeling gaat plaatsvinden, waardoor het niet meer interessant was om te investeren in garages. Wanneer garages niet in gemeentelijk bezit zijn kost het ten eerste veel geld om het vastgoed te verwerven voor herontwikkeling en ten tweede kunnen beleidsdoelstellingen lastiger worden gerealiseerd. De parkeergarages moeten aantrekkelijk zijn om de auto te parkeren, ook op het gebied van de inrichting. Wanneer dit niet het geval is zal de bezettingsgraad dalen. De knelpunten bij de oudere garages zijn:

- De vloer, het wegdek is door de leeftijd verslechterd.
- Het schilderwerk: goed onderhouden en lichtere kleuren verbeterd de kwaliteit en de beleving.
- De luchtkanalen bevinden zich onder het plafond, in het zicht van de bezoekers. De realisatie was daardoor goedkoper, maar dit is negatief voor de belevingswaarde.
- De verlichting is aan de verkeerde kant van de parkeerplaatsen gerealiseerd. De bezoekers staan in het schemer wanneer de kofferbak geopend wordt.

Wanneer bovenstaande aspecten in orde zijn kan aan omzetverhogende maatregelen gedacht worden zoals de verruiming van openingstijden, promotie en de kwaliteit van bewegwijzering. Nu is het zo dat de oude garages 's nachts gesloten zijn, waardoor ook niet uit de garages gereden kan worden. De reden waarom eerst het pand zelf toegankelijk moet zijn voor bezoekers is dat deze anders na een eerste bezoek wegblijven.

Een ander knelpunt is de mate waarin de tarieven beïnvloedbaar zijn. De gemeente kan maatschappelijke doelen nastreven, bijvoorbeeld het terugdringen van blik op straat. Om dit te bevorderen kunnen tarieven in garages verhoudingsgewijs goedkoper gemaakt worden dan straatparkeren. Commerciële partijen hebben geen oog voor dergelijke doelstellingen. Er kan daardoor minder gemakkelijk ingespeeld worden op maatschappelijke ontwikkelingen.

De garages die de gemeente zelf in beheer heeft zijn Circus, Casino, Rademarkt, Westerhaven, Euroborg, en Martini. De Westerhaven is echter in eigendom van BPF. In het centrum van Groningen is de gemeente dan ook nog ondervertegenwoordigd ten opzichte van de marktpartijen. Ook dit bemoeilijkt het in praktijk brengen van beleid.

Doordat de gemeente sinds enkele jaren beheerder en exploitant is van parkeergarages, worden veel kosten gemaakt in verhouding tot de opbrengsten. Hierbij kan aan de kapitaallasten worden gedacht. Het dieptepunt van de aanloopkosten zal in 2010 zijn bereikt, waarna snel toegegroeid wordt naar een positief resultaat dat in 2014 bereikt zal zijn. Op termijn is het parkeerbedrijf van de gemeente

winstgevend. Over 40 jaar bezien is de netto contante waarde 4,6 miljoen euro. Dit overschot is echter relatief beperkt en bovendien zeer gevoelig voor een wijziging in aannames.

In de gemeentelijke parkeergarages hebben abonnementhouders geen vaste parkeerplaats. Hierdoor kunnen de exploitatiemogelijkheden optimaal worden benut. De tarieven voor abonnementhouders verschillen per garage. Dit heeft met de beleidsdoelstellingen en de functies in de omgeving te maken. Ook wordt er bij de parkeergarage Euroborg onderscheid gemaakt tussen abonnementen tijdens kantoortijden en abonnementen voor 24 uur. De tarieven van de parkeergarages zijn per jaar:

- Oosterpoort: €1200, -
- Circus: €1020, -
- Euroborg: €711, - en €486, - tijdens kantoortijden
- Commerciële garages: tussen de €1560,- en €1620, -

Toekomstige ontwikkelingen

Onder de Grote Markt wordt als onderdeel van de herstructurering een nieuwe garage gerealiseerd, onder de plek van het toekomstige Groninger Forum aan de oostkant. Er komen hier 400 plaatsen. De garage komt in plaats van de Nabergarage van Interparking. Deze garage is in de jaren '60 gebouwd, heeft te kleine parkeerplekken en door de hoeveelheid en plaats van de kolommen lopen veel auto's schade op. Vanwege de toekomstige ontwikkelingen investeert Interparking geen geld om het gebruik te verbeteren. De garage gaat rond 2012/2013 dicht.

Ten noorden van het centrum wordt de Cibogagarage gerealiseerd. Deze zal voornamelijk een functie voor de bewoners krijgen, maar de verwachting is dat vanwege de geringe afstand tot het centrum ook veel bezoekers zal trekken. Hier komen 1200 plaatsen en de garage zal in de loop van 2009 gereed zijn.

Onder het Damsterdiep (De zuidkant van het centrum) wordt een garage gerealiseerd die in 2010 in gebruik wordt genomen. Hier komen ongeveer 540 parkeerplaatsen.

De nieuwe garages blijven alledrie in gemeentelijk bezit en beheer, ondanks vergeefse pogingen van marktpartijen. Hierdoor krijgt de gemeente een goede marktpositie en wordt het eenvoudiger beleidsdoelstellingen te verwezenlijken.

Relatie Parkeergarages met straatparkeren en P+R

De nieuwe garages voegen veel parkeerplaatsen aan de bestaande voorraad toe. Door de snelle groei van het parkeerbedrijf neemt de omzet snel toe. Het is niet zo dat er een tekort aan parkeerplaatsen is. De piekmomenten zijn donderdagavond, vrijdagmiddag, en zaterdag. Het aantal parkeerplaatsen op straat wordt teruggebracht. Daarnaast zal in de toekomst het aantal bezoekers van de gemeente toenemen van 32 naar 40 miljoen per jaar. Van de bezoekers parkeren ongeveer 1.500.000 op de P+R terreinen. Hiermee wordt de bezoekers een goedkoop alternatief geboden voor parkeren in de binnenstad. P+R kost 2 euro voor een hele dag inclusief vervoer met de citybus voor maximaal 5 personen. Er wordt veel gebruik gemaakt van de P+R mogelijkheden, alleen de groei wordt geremd door de slechte bewijzing. Vanaf de aanrijroutes wordt ruim van te voren kenbaar

gemaakt dat er P+R mogelijkheden zijn, maar vervolgens ontbreekt duidelijke bewegwijzering om de bezoekers naar de P+R terreinen te leiden. Het gebruik van P+R is niet voor iedereen geschikt. Daarom wil de gemeente voldoende parkeergelegenheid rondom het centrum aanbieden. Via de aanrijroute worden de bezoekers naar de dichtstbijzijnde garage geleid waar plaats is. Daarnaast worden voor het straatparkeren gedifferentieerde tarieven aangeboden om te zorgen dat de juiste doelgroep de parkeerplaats zal gebruiken. In de binnenstad zijn ongeveer 900 parkeerplaatsen op straat. 70% van de omzet uit straatparkeren wordt hier gerealiseerd. Een parkeerplaats op straat levert ongeveer 3100 euro per jaar op (in 2006).

Succesfactoren

Om het succes van een parkeergarage te bepalen kan naar meerdere aspecten worden gekeken. Ten eerste het jaarlijkse resultaat. In deze optiek zijn de oudste parkeergarages tevens de meest succesvolle, omdat weinig kapitaallasten betaald hoeven worden. Een meer realistische methode is om naar het gebruik van de garages te kijken. De parkeergarages die de bezoekers het eerste in de aanrijroute tegenkomen zijn in deze optiek het meest succesvol. Hierin kan een onderscheid gemaakt worden tussen garages die binnen de singel om het centrum liggen en die daarbuiten. Dit is een psychologische barrière voor bezoekers die naar het centrum willen, terwijl de afstand klein is en de reistijd korter. Het tarief beïnvloedt het gebruik van de garages niet, omdat mensen daar niet over nadenken tot op het moment van afrekenen. Wel zijn de tarieven erg vertekenend omdat de tijd waarover afgerekend moet worden verschillend is per garage.

Een verschil in het rendement tussen de bovengrondse en ondergrondse garages is niet met zekerheid toe te kennen. De ondergrondse garages zijn ook de oudste, en het is de vraag of een verschil in rendement dan toegekend kan worden aan het feit of de garage bovengronds of ondergronds is. Wel zijn de ondergrondse garages een stuk duurder om te realiseren, namelijk minimaal een factor twee, waardoor het rendement beïnvloedt wordt. Qua bezettingsgraad is er weinig verschil, omdat er bij de mensen een gewenning heeft plaatsgevonden met betrekking tot ondergronds parkeren.

Interview met Dhr E. Maessen, Bureauhoofd Verkeer- en Parkeerbeheer Gemeente Nijmegen

De gemeente Nijmegen heeft 4 garages in bezit. Dit zijn Kelfkenbos, Eiermarkt, Mariënborg en Molenpoortdak. In de komende jaren worden er twee nieuwe garages gebouwd in Nijmegen. Hierdoor komt er een capaciteit van 1000 plaatsen bij. Dit wordt deels opgeheven doordat 500 plaatsen op straat aan de voorraad onttrokken wordt en de parkeergarage Hezestraat is gesloopt, waar een capaciteit van 300 plaatsen was. Per saldo komt er een capaciteitsvergroting van 200 plaatsen. Nu bestaat er nog een tekort aan parkeerplaatsen, maar de nieuwe garages heffen dit op. Vermeld moet worden dat hierbij van het dagelijkse gebruik wordt uitgegaan. De gemeente bouwt niet voor piektijden, omdat er daarbuiten dan te veel leegstand zou ontstaan. Er zijn 6400 betaalde parkeerplaatsen op straat in het centrum.

De parkeergarage aan de Hezestraat werd nog weinig gebruikt. Het was een oude, slecht onderhouden garage, niet gebruiksvriendelijk en waar mensen een slecht gevoel van veiligheid hadden. In financieel opzicht functioneerde de garage uitstekend, omdat de garage volledig afgeschreven was. De garage is in de jaren '60 gebouwd.

In de Eiermarktgarage kan alleen per dag betaald worden. Dit is om het lang parkeren te bevorderen. Ook in de garage Kelfkenbos wil de gemeente op termijn het kort parkeren ontmoedigen door een tarief per dag. De Mariënborggarage en de Molenpoortdak zijn puur voor bezoekers bestemd. Dit heeft te maken met de functies van de omgeving. Bewoners en werknemers moeten ook voldoende gelegenheid hebben om de auto te parkeren, daarnaast ondervinden de bewoners overlast van parkeerders. Molenpoortdak heeft nog 7 abonnementhouders, van bewoners waarvan de voordeur uitkomt op het parkeerdak. In de Eiermarktgarage zijn 65 abonnementhouders.

Bij de locatiekeuze van bezoekers is de nabijheid van het centrum het belangrijkste criteria. De inrichting van de garage is wel van invloed op het parkeren van de auto op bepaalde tijden, en voor bijvoorbeeld vrouwen. Het gevoel van veiligheid is een voorwaarde om te parkeren. Toch is de invloed op de totale omzet beperkt. De garages hebben ook beperkte tijden waarop de garage ingereken kan worden. De reden is dat 's nachts straatparkeren gratis is en garages betrekkelijk onveilig zijn in verband met inbraken. Uitrusten kan wel 24 uur per dag. In de nabije toekomst worden de openingstijden wel verruimd. Zo kan er eerder in de garage geparkeerd worden.

Parkeergarages ondervinden geen concurrentie van straatparkeren. De doelgroep voor straatparkeren is namelijk anders dan de doelgroep die in garages parkeert. Bezoekers van buiten de regio parkeren voornamelijk in parkeergarages, omdat ze onbekend zijn en voor het gemak van de eenvoudig bereikbare garage kiezen in plaats van zoeken op straat. Mensen uit de omgeving zullen eerder op straat parkeren omdat deze goed op de hoogte zijn van de parkeermogelijkheden, tarieven en plaatsen waar gratis geparkeerd kan worden.

In de parkeergarage Kelfkenbos is personeel aanwezig om service te verlenen. Omdat de verschillende garages op loopafstand van elkaar gelegen zijn volstaat het dat alleen in deze garage

personeel aanwezig is. Het gaat om 24 uur service. Dit is uitbesteed bij VMC en is vorig jaar als proef begonnen. Sinds die tijd is een afname van het aantal klachten waargenomen, wat bevordert dat mensen in de garage terug zullen keren bij een volgend bezoek.

De twee P+R terreinen concurreren evenmin met garages. De doelgroep zijn meer de werknemers die van buiten de stad komen en lang willen parkeren. Het ene terrein bevindt zich bij het station en er is een transferium. Voor €4,- kunnen mensen er een hele dag parkeren en het tarief is inclusief het natransport voor de inzittenden. Het transferium heeft 200 plaatsen en staat veelal vol.

Of een garage ondergronds of bovengronds gelegen is maakt weinig verschil uit in de bezettingsgraad. Wellicht dat mensen ondergronds eerder een gevoel van onveiligheid krijgen. Dit moet worden opgeheven doordat mensen ook bij ondergrondse garages het licht in moeten rijden, in plaats van in een donker gat.

De parkeergarages lopen ongeveer gelijk vol. Er is geen verschil tussen de verschillende locaties, omdat het centrum vanaf alle locaties goed bereikbaar is.

Nijmegen heeft een bewegwijzeringsstelsel voor parkeergarages, dat aangeeft waar nog vrije plaatsen zijn. Dit heeft echter alleen invloed op de bezoekers, regelmatige gebruikers kennen de mogelijkheden en letten er niet meer op. In de toekomst zal dit stelsel gekoppeld worden aan TomTom.

Dat tarieven weinig invloed hebben op het gebruik wordt aangetoond door Molenpoortdak. Dit was vroeger de duurste garage, terwijl deze het eerste vol stond. Ook is er een proef met de splitsing van de tarieven in het weekend, piekuren en daarbuiten. Het doel is het gebruik van de garages meer te spreiden. Hoewel nog geen resultaten bekend zijn, lijkt de maatregel geen invloed te hebben. Het enige effect dat een tariefverhoging heeft, is van tijdelijke aard. In eerste instantie daalt het gebruik licht, omdat mensen op zoek gaan naar alternatieven. Vervolgens keren ze bij gebrek aan een goed alternatief toch terug bij de garage.

De bezettingsgraad van de garages is gemiddeld ongeveer 20%. Dit is inclusief de abonnementen en op basis van openingstijden.

Interview met Dhr W. Wilson, Productmanager Parkeren Gemeente Rotterdam.

De gemeente hanteert verschillende tarieven voor verschillende typen parkeermogelijkheden. Parkeren op straat is bedoeld voor kort parkeren en heeft het hoogste tarief. Parkeren in de garages is bedoeld voor middellange parkeertijden en zijn goedkoper dan parkeerplaatsen op straat. De P+R terreinen zijn bedoeld voor langparkeerders en zijn gratis. Door de P+R terreinen hoopt de gemeente het openbaar vervoer te stimuleren. De doelgroep is werknemers, al hangt het van het beroep af of deze parkeerwijze geschikt is. Daarnaast wordt het fietsgebruik bevorderd voor werknemers binnen Rotterdam. Op de bezetting van parkeergarages heeft dit geen effect, omdat er veel andere factoren meespelen in het gebruik.

De gemeente heeft 2100 parkeermeters voor betaald parkeren op straat. Voor elke 25 parkeerplaatsen staat er een parkeermeter. Er zijn totaal 52.500 betaalde parkeerplaatsen op straat. De verwachting is dat dit aantal in 2010 is verdubbeld. Betaald parkeren heeft een olievlek effect. Wanneer in een zone betaald parkeren is ingevoerd wijken bezoekers uit naar de randen van de zone waar het nog gratis is. In deze gebieden neemt de parkeerdruk toe en de doelgroepen waar de plaatsen voor bedoeld zijn kunnen er dan niet meer parkeren. Om dit tegen te gaan wordt de betaalde parkeerzone uitgebreid, waarna eenzelfde effect zal optreden.

De gemeente heeft er voor gekozen een aantal garages in eigendom en beheer te houden. De stallinggarages, bedoeld voor vergunninghouders, zijn onrendabel en commerciële partijen hebben daarom geen interesse om deze te exploiteren. Deze garages behalen een hoog maatschappelijk rendement. Het blik verdwijnt van straat en parkeergarages bieden veiligheid en comfort. Om de verliezen van de stallinggarages te compenseren heeft de gemeente ook openbare en gemengde garages. Ook kunnen hierdoor de prijzen worden beïnvloedt om beleidsdoelen te verwezenlijken.

Bezoekers willen zo dicht mogelijk bij de bestemming parkeren en doen dat zo goedkoop mogelijk. Wanneer er gratis parkeerplaatsen in de nabijheid van de bestemming zijn zullen bezoekers hier parkeren in plaats van in een parkeergarage. Een voorbeeld hiervan is de garage bij de bioscoop. Bezoekers blijven rondrijden tot een gratis plek gevonden is, terwijl betaald parkeerplaatsen een euro per uur kosten en bezoekers voor de bioscoop meestal niet langer dan drie uur parkeren.

Bij de stallinggarages is een bezettingsgraad van 80-90% het streven. Voor de openbare garages is dit 60-70%. Hierbij zijn abonneementhouders inbegrepen voor 24 uur per dag, 7 dagen per week. Om de bezettingsgraad in openbare garages te stimuleren loopt een pilot met dubbel gebruik. Abonneementhouders parkeren de auto buiten de werktijden in de garage en bezoekers binnen de werktijden. De parkeergarages bij de Schouwburg en de Erasmusbrug behalen de hoogste bezettingsgraden.

In alle garages is personeel aanwezig. De betaalautomaten zijn in het zicht van het personeel geplaatst voor het gevoel van veiligheid van de klanten. Het personeel zorgt voor veiligheid en kan direct problemen en storingen verhelpen. Toch heeft dit weinig invloed op het rendement van garages, al parkeren klanten liever in een veilige, bewaakte, schone en lichte garage.

Bij de keuze voor de parkeergelegenheid speelt de afstand tot de bestemming de grootste rol. In de nabijheid van de bestemming is de prijs van de verschillende parkeermogelijkheden belangrijk, evenals de bereikbaarheid.

Om slecht lopende garages te stimuleren zijn er diverse maatsregelen denkbaar. Dubbel gebruik, er kunnen plaatsen aangeboden worden aan bedrijven en bewoners en de tarieven kunnen aangepast worden.

Interview met Dhr. P. Martens, Corporate Director Research & Development Q-park

Algemene aspecten

Q-park heeft ongeveer 40% van de garages in eigen bezit, het overige deel wordt geëxploiteerd en is in gemeentelijk of particulier bezit.

De parkeergarages zijn voor het meest interessant om te exploiteren. Bij P+R terreinen worden hoge kosten gemaakt. Ook hier moet personeel aanwezig zijn, de parkeerplaatsen moeten aangelegd worden, de apparatuur moet bekostigd worden en er komt een omheining om de parkeerplaats. In absolute zin liggen de stichtingskosten en exploitatiekosten veel lager dan bij parkeergarages, maar wanneer dit vergeleken wordt met de opbrengsten verandert dit. Een hele dag parkeren op een P+R terrein kost de consument een paar euro, deze opbrengst wordt in parkeergarages in vaak 1 of 2 uren parkeren gehaald. P+R terreinen zijn alleen rendabel wanneer de huur van de grond laag is. In dit opzicht is Q-park dan ook afhankelijk van de NS, die de grond bezit.

Het rendement van een parkeergarage wordt grotendeels bepaald door de locatie. Pandkenmerken hebben slechts een beperkte invloed. Van de pandkenmerken is de capaciteit het meest bepalend voor het rendement. Alle voorzieningen zijn namelijk voor de parkeergarages gelijk. Hierdoor wordt bij de grotere garages een schaalvoordeel behaald. Een voorbeeld is het personeel. De kosten voor personeel zijn bij iedere garage hetzelfde, of het nu een grote of een kleine garage betreft.

Innovaties om de consument meer comfort en kwaliteit te bieden hebben nauwelijks effect op de bezetting terwijl de kosten vaak hoog zijn. Er is naar aanleiding van PRIS systeem (Parkeer Route Informatie Systeem) waarbij de consument tijdens de route naar de parkeergarage met plaats geleid wordt, een gebruikersonderzoek uitgevoerd. Slechts 3% van de automobilisten gaf aan op de parkeerverwijzing te letten. Wanneer dit resultaat vergeleken wordt met de hoge kosten voor de invoering en exploitatie van dergelijke systemen, geeft dit een onrendabel resultaat. Omdat Q-park innovatie en kwaliteit belangrijk vindt worden er wel dergelijke systemen geïntroduceerd. Een voorbeeld is Payter. Betalen per mobiele telefoon is mogelijk. Toch treden er allerlei problemen op die kostenverhogend werken. De bereikbaarheid van mobiele telefoons in ondergrondse garages is slecht.

Doordat de innovaties erg duur zijn en weinig rendement opleveren is de betrouwbaarheid van de partners van Q-park erg belangrijk. Het is zonde wanneer een partner uit het project stapt, of wanneer problemen ontstaan tussen partijen. Het is technisch mogelijk om het PRIS systeem in navigatiesystemen te integreren, de realisatie hangt af van de kosten en voornamelijk van andere partijen. Toch zou een dergelijk systeem een grote toegevoegde waarde kunnen hebben. Maar liefst 35% van de mobiliteit in het centrum van steden bestaat uit automobilisten die een parkeerplaats zoeken. Wanneer de automobilisten via het navigatiesysteem naar een vrije parkeerplaats geleid worden verminderd dit de hoeveelheid mobiliteit aanzienlijk. Dit is goed voor het milieu, de bereikbaarheid en verkeersoverlast.

Marktgebieden en marktaandeel

Wanneer naar heel Q-park gekeken wordt ligt de groei vooral in het buitenland. Dit komt voornamelijk door overnames. Er is echter ook sprake van een groei in de markt. Het aantal auto's groeit en de parkeerdruk in steden neemt toe. Hierdoor groeit de behoefte aan parkeergarages.

Succes/faalfactoren locatie

Het kost ongeveer €30.000, -/€40.000, - om een ondergrondse parkeerplaats te realiseren. Voor een bovengrondse parkeerplek is deze €15.000, -/€20.000, -. Het onderhoud varieert tussen de €500, - en €600, - per plaats. Door de ruimtedruk worden in het centrum vaak ondergrondse garages gerealiseerd. De hogere kosten kunnen gecompenseerd worden door rendabele planonderdelen.

De belangrijkste factor voor rendement is de locatie. Bij een succesvolle locatie zal een hoog rendement mogelijk zijn. De invloed van andere factoren is in vergelijking tot de locatie beperkt. Wanneer de locationele factoren nader bekeken worden is de ligging ten opzichte van de eindbestemming het belangrijkste. Bezoekers staan soms 20 minuten te wachten voor ze de garage in kunnen of een plaats gevonden hebben. Vervolgens staan ze wel naast de Bijenkorf geparkeerd. Hoewel verder weg parkeren en kiezen voor een ander natransport sneller en goedkoper is, kiezen mensen toch voor de eerste optie.

In de grotere steden zijn de parkeertarieven het hoogst, terwijl de kosten voor de exploitatie gelijk zijn. Over de gehele levensduur neemt het verschil in de stichtingskosten een beperkte plaats in. Hierdoor zijn garages in grote steden interessanter om te exploiteren, wat niet wegneemt dat het buiten de grote steden ook in toenemende mate renderend is.

Funciemenging heeft een toegevoegde waarde voor de bezetting. Hierdoor zullen ook 's avonds mensen parkeren. Enkel horeca en uitgaansfuncties zijn niet voldoende om een garage rendabel te maken. Anderzijds zou dit bij detailhandel eerder mogelijk zijn.

De tarieven van de omgeving zijn daarnaast bepalend voor het rendement doordat de garage maximaal het tarief van de omgeving kan hanteren.

Er is voor de realisatie van garages geen sprake van een minimale grondprijs waarbij de realisatie mogelijk is. Dit komt doordat parkeren voor een belangrijk deel ook maatschappelijke doeleinden heeft, waardoor op onrendabele locaties toch vaak garages gerealiseerd worden. Een belangrijkere voorwaarde is het tarief van parkeergelegenheid in de omgeving.

Succes/faalfactoren pandkenmerken

De prijs van parkeren is van invloed op de bezetting. Parkeren moet als een totaalconcept gezien worden, het geheel van alle parkeermogelijkheden. Parkeren is nooit een einddoel van de consument, maar een middel om de eindbestemming te bereiken. Wanneer parkeren in de ene plaats aanzienlijk goedkoper is dan in de andere plaats, zullen consumenten eerder naar de andere plaats gaan

wanneer de eindbestemming daar ook aangeboden wordt, bijvoorbeeld winkelen. Zo biedt Nijkerk gratis parkeren aan en trekt hierdoor veel winkelpubliek uit Amersfoort Noord. Amersfoort probeert weer publiek te trekken door de parkeertarieven aantrekkelijker te houden dan Utrecht. In dit opzicht is prijsbeleid een middel om te concurreren met andere gemeenten. Het klopt echter dat de bezetting op kleine prijsveranderingen nauwelijks reageert.

Voor Q-park heeft dit tot gevolg dat de prijzen die gemeenten hanteren voor parkeren gevolgd moeten worden. Per saldo bieden gemeenten meer parkeerplaatsen aan dan commerciële partijen. Er zijn in Nederland ongeveer 14 miljoen parkeerplaatsen, waarvan 11 miljoen vrij parkeren, 2,5 miljoen plaatsen zijn gereguleerd en slechts 0,5 miljoen betaald. Daarvan beheert Q-park totaal 75.000 plaatsen. Wanneer Q-park een veel hogere prijs hanteert heeft dit een sterk negatieve invloed op het gebruik.

Veel gemeenten verevenen een onrendabele exploitatie van parkeergarages met de inkomsten uit straatparkeren. Q-park, maar ook andere commerciële partijen zijn in deze gemeenten wel in staat een positief rendement te behalen. Q-park schrijft dit toe aan een efficiëntere exploitatie en een andere beleving van consumenten in haar garages. Mediamarkt beoordeeld potentiële vestigingslocaties positiever als de aanwezige garages in het beheer zijn van Q-park. Het serviceniveau heeft invloed op de bezetting. De service en beleving bepalen mede of een klant in de toekomst in dezelfde garage zal parkeren.

Q-park is puur gericht op het parkeeronderdeel van ontwikkelingen. In de praktijk hangen de diverse functies echter nauw met elkaar samen. De functies van de omgeving bepalen namelijk de parkeerbehoefte. Om deze reden is er nauw contact tussen Q-park en ontwikkelaars, beleggers, overheden en andere partijen.

Het directe rendement is het belangrijkste. Hoewel indirect rendement erg interessant kan zijn levert dit geen constante stroom van inkomsten op, terwijl de rekeningen wel betaald moeten worden. Daarnaast is erg moeilijk te bepalen wanneer en in welke omvang het indirecte rendement behaald kan worden. Toch wordt hier bij de locatiekeuze zeker rekening mee gehouden.

Voor de bezettingsgraad kijkt Q-park naar het gemiddelde aantal geparkeerde uren per plaats per jaar. Hierbij wordt een onderscheid gemaakt tussen kort parkeren en lang parkeren. Voor kort parkeren geldt een gemiddelde bezetting van 1500 uur. Er wordt uitgegaan van een capaciteit van 8400 uur per jaar, wat een bezettingsgraad oplevert van 17,86%. Bij lang parkeren geldt een gemiddelde bezetting van 70%. Belangrijk is de relatie tussen de bezettingsgraad en de openingstijden. Wanneer met het daadwerkelijke aantal geopende uren gerekend wordt, zal de bezettingsgraad dalen naarmate de openingstijd verruimd wordt. Dit komt doordat de bezetting van kort parkeren gedurende de nacht laag is en overdag hoog. Daarnaast is het belangrijk in het oog te houden of lang parkeren voor 24 uur gerekend wordt bij de bezetting of het daadwerkelijke aantal geparkeerde uren. Wanneer de parkeerplaats alleen voor de abonneerhouder bestemd is, kunnen andere parkeerders hier geen gebruik van maken op het moment dat de abonneerhouder afwezig

is. In principe is een bezetting van 24 uur in dit geval terecht. Bij dubbel gebruik ligt dit echter anders, wanneer hier het abonnement voor 24 uur bij de bezetting gerekend wordt, ontstaat een te hoge bezettingsgraad. Q-park gaat bij de berekening van bezettingsgraden uit van openingstijden van 24 uur per dag.