



Met Graumans



Parkeren en retail

Programmaraad Parkeren, 27 januari 2014

Ed Graumans



Drie problemen parkeren en retail

- Imago
- Voortdurende tarievendiscussie
- Gescheiden ondernemerswerelden



Met Graumans



€ 6,-/kilo

525 gram,
dat is dan € 6,-



Parkeren is melkkoe voor gemeenten

Parkeren is melkkoe voor gemeenten

Miljoenenwinst (paar grote steden)
Parkeerfonds, mobiliteitsfonds?
Afdracht naar algemene middelen
(vergelijk toeristenbelasting)



MAA0A0 14 OKTOBER 2013 AANMELDEN

WEGR BELIJS VIDEO FOTO BANNEN Inloggen | Vrijblijvend

Volkskrant.nl

HOME POLITIEK OPINIE BUITENLAND SPORT TECH & MEDIA VKSHOP SERVICE

BINNENLAND CULTUUR ECONOMIE REIZEN WETENSCHAP & GEZONDHEID OPMERKELIJK

Parkeergeld geen melkkoe meer voor gemeenten

13:10:03, 00:01 - bron: ANP



MEER OVER

- Amerisians
- Mikstar steunt ontredezen spotje voor orgaan donors
- Laptop met identgegevens Ziggo gestolen
- Q-hoortspatiënten stellen boeren aanpakkelijk

Veel parkeergarages in Nederland worden onvoldoende gebruikt. Twee op de drie gemeenten halen minder parkeergeld binnen dan was begroot en in nogal wat gemeenten is parkeren zelfs een verliespost geworden. Dat meldde Binnenlands Bestuur maandag.

/ 12 8



Feiten: grote afrekeneenheid

Aantoonbaar aanzienlijk meer parkeerders die iets minder dan één uur parkeerden dan iets meer dan één uur.



Imago-aspecten



Beleving van tarief is bepalend:

BETALEN OM IETS TE GAAN

KOPEN

(vergelijk horeca)



Binnenland

Parkeergarages in de steden trekken minder bezoekers

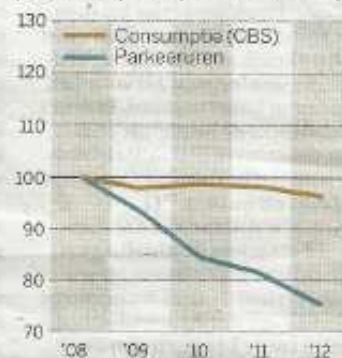
Van onze verslaggever
Ties Brock

AMSTERDAM De parkeergarages in de binnensteden lopen leeg. Gemeenten blijven de overdekte stallingen bouwen, maar bezoekers willen er hun auto niet meer in kwijt. Tussen 2008 en 2012 kwamen parkeerplaatsen in het stadscentrum een kwart van de tijd langer leeg te staan.

Dit blijkt uit een onderzoek van parkeeradvisbureau Spark en de Erasmus Universiteit Rotterdam in negentien gemeenten. Door de zwakke economie en het groeiende aantal aankopen op Internet blijven mensen vaker thuis. Ook nemen ze vaker de fiets of het openbaar vervoer. Het zorgt voor lege parkeervakken in de garages en op straat.

Gemeenten handelen te verstijfd om met minder bezoekers om te kunnen gaan, zegt Rob Ebbing van parkeeradvisbureau Spark. Ze houden zich aan de richtlijnen: bij de bouw van een nieuwe winkel moeten er automatisch tien parkeerplaatsen extra komen. Die houding is te star, want misschien staan er in de buurt al ge-

Minder parkeeruren
Ontwikkeling gemiddeld verkochte uren per parkeerplaats (index 2008 = 100)



2013/13 de Volkskrant, Bron: Spark

**Leegstand door
zwakke economie
en groeiend aantal
aankopen internet**





Tarievendiscussie

- Exploitanten willen tarieven verhogen, overheden ook (begrotingsvraagstuk)
- Ondernemers willen lagere tarieven
- Ondernemer vraagt/eist van andere ondernemer om zijn product 'gratis' ter beschikking te stellen: wekt verkeerde verwachting bij consument, er is geen relatie met bestedingen.....en de fietsers en ov-gebruiker dan?
- Algehele tariefverlaging heeft geen effect
- En de consument kijkt en hoort toe.....



Feiten: gratis parkeerperiode

- Gratis parkeren (bijvoorbeeld eerste uur) heeft als effect dat consument 'gestrafd' wordt als hij langer blijft, verkeerd signaal.
- Incidenteel gratis versterkt indruk van te veel betalen op andere momenten
- Gratis periode op verzoek van ondernemers vervangen door betaald parkeren.



Gescheiden ondernemerswerelden

- De parkeereexploitant is een ondernemer die **winst** nodig heeft, mede in het belang van de middenstand. Dit geldt zowel voor de overheid als een private onderneming.
- Parkeereexploitant, ondernemer, overheid hebben hetzelfde belang en **dezelfde klanten !!**
- Overheidssubsidiëring en afroming naar algemene middelen zijn beide **onjuiste marktmechanismes**.



Een andere klantgerichte benadering

- **Satisfiers:** Gemakkelijker (betaalgemak), vriendelijker (tarievenstructuur, degressief?), aantrekkelijker (loyaliteit, web-based klantenrelatie)
- **Facilitaire** service (ondernemersparticipatie, complex)
- **Multimodaal** (auto's zijn geen klanten)
- Klanten moeten met een **tevreden** gevoel komen, verblijven, gaan en weer terugkomen: service gericht op mensen in plaats exploitatie van parkerende auto's gestuurd door exploitatieberekeningen.
- Tarieven en tarievenbeleving op basis van **doelgroepenbenadering**, creativiteit gericht op elimineren van negatieve tarievenbeleving en binding



Twee artikelen: zie www.metgraumans.nl

Parkeren: imago en klantenbinding

Volgens de **NATIONALE PARKEERTEST 2013** stijgen de parkeertarieven harder dan de inflatie en worden 'winsten' ingeboekt als **DEKINGSMIDDEL** van de gemeentelijke begrotingen. Grote afrekenenheden leiden tot **ONTEVREDENHEID** en verkorting van de verblijfsduur. Het **IMAGO** is niet goed. Welke stappen kunt u zetten om het imago te verbeteren en de klanttevredenheid te vergroten?

Zet een clown neer bij de parkeergarage

