

DOOR HANS VAN TELLINGEN (*)

Giuliano Mingardo heeft de laatste jaren furore gemaakt als parkeergoeroe. Een goeroe die aan wensdenken doet. In veel publicaties probeert hij aan te tonen dat 'gratis parkeren' niet bestaat. Dat klopt op zich, al bestaat gratis parkeren voor de consument wél. Verder beweert Mingardo, dat mensen die met de voet of fiets komen, belangrijker zijn voor de winkelomzet dan mensen die met de auto komen. En dat je eigenlijk prima afkunt met minder parkeerplekken op winkellocaties. Dat dat dus geen klanten kost.

Veel mensen geloven hem. Mingardo baseert zich op eigen onderzoek. Twee mini-onderzoekjes om precies te zijn. In de omgeving van een buurtsuper in Leiden. En in de winkelstraat de Meent in Rotterdam. Geen representatieve voorbeelden zeg ik dan. Kwalijker is dat hij de bestedingen van fietsers en voetgangers met een veelvoud vermenigvuldigt. Zodat het net lijkt alsof voetgangers en fietsers belangrijker zijn voor de winkelomzet dan bezoekers, die met de auto komen. Een rekenfout.

MOLENAAR

Cor Molenaar is de man van het boek 'Het einde van winkels?' Hij voor-spelde totale disruptie in 2012. Meer dan 33% van alle winkels zouden zijn verdwenen in 2016. Nu die voorspelling niet is uitgekomen (de totale winkelvoorraad is qua metrage niet afgenomen) richt hij zich op 'allerhande oplossingen' voor de retail en verzamelt deze bij elkaar.

Veel van zijn opvattingen zijn 'geleend' van derden. In januari 2015, in een geschrift over Veghel, beweerde de heer Molenaar nog dat parkeren niet zo ter zake deed. Een paar maanden later pleit hij opeens wél voor gratis parkeren. Omdat er

Discussie tussen kemphanen Mingardo en Molenaar komt niet echt los

Seminar Retail en Parkeren bleef steken in algemeenheden

Op 20 juni jl. vond het seminar Retail en Parkeren plaats. Door velen was hiernaar uitgekeken. Georganiseerd door het blad *Parkeer 24*. Gehouden op de Erasmus Universiteit Rotterdam. Oftewel de werkplek van de heren Mingardo en Molenaar.

ergens in een klein dorpje in Wales bleek, dat een kapotte parkeerauto-maat tot meer parkerende bezoekers leidt. Een doorwrochte visie lijkt echter afwezig op het gebied van parkeren. Of van een mening gebaseerd op feitelijk onderzoek.

DE FEITEN VAN STRABO

De hoofdredacteur van *Shopping Centre NEWS* heeft mij gevraagd om aanwezig te zijn bij het seminar. Om een artikel hierover te schrijven. En om de conclusies te vergelijken met de feiten. Deze zijn namelijk benoemd in het in september 2014 (in *SCN*) verschenen artikel 'het

gigantische belang van het aandeel parkeren in de winkelomzet' (nu hoofdstuk 4 van *#WatNouEindeVanWinkels*). Uit dit artikel, dat gebaseerd is op Strabo-onderzoek in een representatieve steekproef van 31 winkelcentra en winkelgebieden, blijkt het volgende:

→ 44% van alle bezoekers aan winkelgebieden komt met de auto (in binnensteden ligt dit percentage wat lager, in stadsdeelcentra wat hoger en wijkwinkelcentra scoren gemiddeld).

→ Dit is goed voor 60% van de totale winkelomzet (in binnensteden ligt dit percentage wat lager, in stads-

.....

*De kemphanen bleven steken in algemeenheden.
Zoals: een winkelgebied moet een 'hedonisch'
(o dear) geheel worden*

deelcentra wat hoger en wijkwinkelcentra scoren gemiddeld).

→ Bezoekers per auto besteden gemiddeld ongeveer twee keer zoveel als bezoekers die lopend komen of per fiets.

→ In een aantal stadsdeelcentra (met geheel of gratis parkeren) ligt het aandeel 'auto' in de winkelomzet vaak nog hoger dan 60% en betreft soms wel 80%.

→ Het parkeertarief (als er geen sprake is van gratis parkeren voor de consument) heeft weinig invloed, is dus in-elastic, het maakt niet uit

git Gerritse (directeur Nederlandse Raad Winkelcentra) ook haar best deed, de heren lieten niet het achterste van hun tong zien. Zij bleven steken in algemeenheden. Zoals: het draait niet alleen om parkeren. Of: het gaat ook om winkelaanbod. Of: een winkelgebied moet een 'hedonisch' (o dear) geheel worden. Of: partijen moeten beter samenwerken.

FEITELIJK GEDRAG

Eens, zeg ik dan. Of in ieder geval: gedeeltelijk eens. Alleen: ik kwam voor een pittige discussie. De enige

GEMISTE KANS

Jammer, het seminar was een gemiste kans. En wat verder Mark van Doorn van Philips (die ook een presentatie gaf) daar deed, was mij volstrekt onduidelijk. Hij had het over LED-verlichting. In Veghel bijvoorbeeld. Interessant verhaal. Maar off-topic.

LESSONS TO BE LEARNED

De lessen zijn: de variabelen parkeren en winkelomzet zijn wél te isoleren. Het belang van parkeren is heel groot. En bezoekers per auto zijn goed voor het leeuwendeel van de winkelomzet.

Houd dus een nulmeting (bijvoorbeeld voor de invoering van betaald parkeren) en een effectmeting (na de invoering). Breng in kaart wat de omzet is. Breng in kaart wat het omzetaandeel per vervoerstype/-modaliteit is. En bestudeer dan de effecten. Simpel. Eenvoudig. Meetbaar.

Strabo verricht veel onderzoek naar winkelgebieden met een veranderend parkeerregime. In een vervolgartikel over het grote belang van de 'auto in de winkelomzet' komen wij binnenkort terug op het onderwerp. Met nog meer feiten dan in het eerste artikel. Waardenvrij. Representatief. En controleerbaar. ←



Dagvoorzitter Birgit Gerritse (NRW)

of je bijvoorbeeld € 1,80 of € 2,30 per uur moet betalen.

→ Stadsdeelcentra of wijkwinkelcentra waar betaald parkeren is ingevoerd (nadat er eerst sprake was van gratis parkeren voor de consument) kampen met een verlies aan bezoekers en een verlies aan omzet tot wel 30%.

DE PRESENTATIES EN DE DISCUSSIE

De heren Mingardo en Molenaar hadden duidelijk van tevoren afgesproken niet écht in discussie te gaan. Het ging dan ook niet over de eerder ingenomen standpunten. Hoezeer de uitstekend leidende Bri-

'feiten' waar Molenaar mee aankwam, betroffen onderzoeken waarin consumenten zeiden dat ze waarschijnlijk vaker zouden komen als er sprake zou zijn van gratis parkeren in een fictieve toekomstige situatie.

Tja, dat kun je niet in kaart brengen, zeg ik dan als winkelcentrum-onderzoeker. Alleen feitelijk gedrag is vast te stellen. En daarvan beweren de heren juist dat dát juist niet is vast te stellen. Dat winkelomzet en parkeergedrag volgens hen niet zijn te isoleren als elkaar beïnvloedende variabelen. Maar heren, dat kan dus wél! Zie ook het kopje in dit artikel 'feiten van Strabo'.

(*) Drs. Hans P. van Tellingen is algemeen directeur van Strabo bv. www.strabo.nl. Hij is hoofdauteur van de bestseller *#WatNouEindeVanWinkels*, een boek bestaande uit negen artikelen, die eerder in de Shopping Centre NEWS zijn voorgepubliceerd. Reacties?: vantellingen@strabo.nl / 020-6260817 / Twitter: @hansvtellingen