



**Betaald parkeren** Auto-onvriendelijk beleid is slecht voor winkelgebied

→ Zonder een goed functionerend winkelgebied zal een binnenstad als geheel ook achteruithollen, stelt Hans van Tellingen. FOTO GETTY IMAGES

# Winkels de dupe in autoluw centrum

Veel steden in Nederland, Amsterdam voorop, willen een autoluwe binnenstad. Sociaal geograaf **Hans van Tellingen** waarschuwt: redeneer daarbij niet enkel vanuit de bewoner.

**H**et autoluw maken van binnensteden en andere winkelgebieden, inclusief het verwijderen van parkeerplaatsen, staat hoog op de politieke agenda's. Het klinkt mooi, maar dat is het niet. Het leidt vaak tot méér verkeersbewegingen, doordat consumenten naar een nabijgelegen binnenstad of winkelgebied afreizen waar géén sprake is van autoluw beleid.

Ook resulteert het in veel minder retailomzet. Dat gaat niet alleen ten koste van de retailers, maar van de gehele binnenstad. Want met minder omzet daalt ook de totale attractiewaarde van de binnenstad sterk. Als je alle ballen op de binnenstad wilt gooien, is een goede autobereikbaarheid een absolute randvoorwaarde.

Aan de hand van onderzoek in 72 winkelcentra en winkelgebieden in de periode 2018-2023 komen wij tot de volgende conclusies. Gemiddeld komt 46 procent van de bezoekers met de auto naar een winkelcentrum/-gebied/binnenstad. Dat is goed voor 61 procent van de retailomzet.

Wijkwinkelcentra en stadsdeelcentra behalen percentages die net even onder het totaalgemiddelde liggen. Centra die als perifer (bijvoorbeeld het Arenagebied) of retailpark (bijvoorbeeld dat van Roermond) zijn te beschouwen, behalen hoge percentages van 80 procent autobezoekers; die bezoekers zijn verantwoordelijk voor 91 procent van de retailomzet.



**Hans van Tellingen**  
Sociaal geograaf en directeur/eigenaar van marktonderzoeksbureau Strabo.

**De binnenstad is geen museum, maar dient een vitale plek te zijn waar wordt geconsumeerd**

## Betaald parkeren als straf

En de binnensteden? Gemiddeld komt hier 38 procent van de bezoekers met de auto; dat goed voor 55 procent van de retailomzet. Binnensteden behalen percentages die net even onder het totaalgemiddelde liggen, net als wijkwinkelcentra en stadsdeelcentra. Maar opvallend is dat de bezoekers die met de auto binnensteden bezoeken, relatief nóg meer besteden dan de bezoekers die andere winkelgebieden per auto bezoeken.

Eerder onderzoek dat wij uitvoerden wees ook uit dat gratis parkeren van groot belang is. Het aandeel bezoekers met de auto is ruim 14 procent hoger in centra met gratis parkeren. Dat betekent ruim 20 procent extra retailomzet. Betalen voor parkeren wordt daarbij gezien als een straf, als een barrière. Consumenten zijn bereid vijftien tot twintig kilometer om te rijden, ook als dat meer kost aan benzine of de (elektrische) auto laden. Het leidt dus tot meer verkeersdruk en meer milieuschade. Ook nemen hanteerbaarheid en bezit elk jaar nog toe.

Een goed instrument is de invoer van blauwe zones als vervanging van betaald parkeren. Ongewenste langparkeerders worden er zo van weerhouden parkeerplekken bezet te houden voor winkelklanten. Natuurlijk is dit niet de panacee, maar het kan slecht lopende winkelgebieden over hun dode punt heen helpen. Zij jaagt de mensen niet naar een ander winkelgebied, of naar het internet.

Veel gemeentebestuurders pleiten voor lagere parkeernormen in de binnenstad; binnenstadse bewoners zouden namelijk minder auto's bezitten. Maar voor het goed functioneren van de bedrijven in dit gebied moet de bereikbaarheid inclusief parkeren, op peil zijn.

Bezoekers wonen voor een groot deel niet in de (binnen)stad. Dat betekent een verschil in de aanpak in parkeren voor bewoners ten opzichte die van binnenstadbezoekers. Dit is de zogenaamde schakelfunctie van de binnenstad.

Juist in de binnensteden heeft met name de 'niet-dagelijkse retail' (kleding, schoeisel, enzovoort) het nog steeds moeilijk, omdat veel gemeenten inderdaad inzetten op een autoluwe binnenstad. Schadelijk, want naast de 'place to buy', zal ook de 'place to be' onder druk komen te staan. Een gemankeeerde binnenstad is het gevolg.

Zonder een goed functionerend retailapparaat zal de binnenstad als geheel ook achteruithollen. Het gaat wel degelijk om de 'place to buy', anders valt de 'place to be' terug naar een lager niveau met minder sociale samenhang, slechter functionerende culturele voorzieningen en een teruglopend bezoekersaantal. Andere, nabijgelegen, binnensteden met een betere autobereikbaarheid en betere parkeervoorzieningen zullen dan profiteren, maar de binnenstad met een auto-onvriendelijk beleid zal lijden.

## Meer leegstand

Natuurlijk, in de grote steden moet het autobezzoek worden gereguleerd. En een aantal autovrije winkelstraten komt het winkelen zeker ten goede, zolang er maar in de buurt geparkeerd kan worden. Maar teveel beperkende maatregelen zullen met name de kleinere en middelgrote steden treffen. Het is vooral deze categorie waar het beperken van het gebruik van de auto onherroepelijk tot een grote omzetkrimp zal leiden én tot een hogere leegstand.

Een goede autobereikbaarheid en een goed parkeerbeleid leveren meer retailomzet op en minder leegstand. De gehele binnenstad profiteert daarvan, dus ook de niet-commerciële functies zoals cultuur. De binnenstad is geen museum, maar dient een vitale plek te zijn waar geconsumeerd moet worden.