

# Parkeerbeleid van groot belang voor kernwinkelgebieden

**Groningen, Rotterdam en Breda zijn alledrie gemeenten waar onlangs belangrijke binnenstedelijke winkelprojecten in uitvoering genomen zijn. Veel andere gemeenten hebben eveneens allerlei uiteenlopende projecten gepland om de winkelfunctie van het centrum te versterken. Belangrijke vraag is hoeveel van de inmiddels verloren gegane winkelfunctie terug kan worden gewonnen.**

## JEF FOLKERS\*

Eén van de al langer bestaande tendensen is de verdergaande filialisering van de belangrijkste winkelstraten in de binnensteden. De snelheid waarmee dit gebeurt, is echter minder bekend. Uit de tabel blijkt dat het tempo hoger ligt dan veel mensen waarschijnlijk verwachten.

In de ten opzichte van de binnensteden sterk concurrerende stadsdeelcentra zijn eveneens steeds meer filiaalbedrijven te vinden. Hierdoor wordt het voor de binnensteden moeilijker zich te onderscheiden van deze centra en noodzakelijker een aantal aantrekkelijke straten te hebben waarin het filiaalbedrijf niet domineert. Het liefst in de vorm van meerdere bij elkaar passende straten, waardoor een deelmilieu ontstaat met een eigen karakter. Het is het meest optimaal als een deelmilieu zich manifesteert in de vorm van een aaneengesloten circuit, waarin de consumenten rond kunnen lopen zonder dezelfde straat meerdere keren aan te moeten doen.

## FACE LIFT

De binnenstad van Maastricht heeft bijvoorbeeld een echt chique deelmilieu in het Stokstraatkwartier. Het kernwinkelgebied van Utrecht kent een apart deelmilieu in straten als: Oudkerkhof, Choorstraat, Lijnmarkt en Zadelstraat. Amsterdam heeft twee deelmilieus in de denkbeeldige as Heiligeweg - Leidsestraat - Max Euweplein - PC Hoofdstraat - Van Baerlestraat, oplopend van aantrekkelijk tot chique.

Steeds meer gemeenten zijn zich bewust van de meerwaarde die uitgaat van verschillende deelmilieus binnen het kernwinkelgebied. In praktijk is het echter vaak zeer moeilijk om een dergelijk gebied te creëren. Middels centrummanagement en overleg met ondernemersverenigingen en pandeigenaren wordt wel steeds meer bereikt, maar de fysieke voorwaarden (het stratenpatroon en de invulling) zijn lang niet altijd aanwezig. Veel steden werken dan ook in de eerste plaats aan een vergroting van de aantrekkelijkheid van het totale centrum. Vooral de 'face lifts' zijn populair. In Drachten bijvoorbeeld krijgt het hele centrum een face lift van 23 miljoen gulden. Er komt onder meer nieuwe beluifeling, nieuw straatmeubilair en nieuw plaveisel.

## BAATBELASTING

Een nieuw aspect aan veel van de huidige binnenstedelijke plannen is dat in steeds meer plaatsen de ondernemers voor een belangrijk deel meebetalen. In Drachten wordt circa de helft van de kosten betaald door de ondernemers. In Arnhem wordt, van een 31 miljoen gulden kostende face lift, negen miljoen door de ondernemers betaald. Deze betalingen geschieden niet echt op basis van vrijwilligheid. De ondernemers kunnen kiezen of zij 'vrijwillig' meebetalen of dat zij het bedrag laten verrekenen in een aanslag voor de baatbelasting. In veel steden is dit (vergeten) instrument weer onder het stof vandaan gehaald en geldt het als stok achter de deur om alle profiterende ondernemers op basis van gelijkwaardigheid te laten meebetalen.

## BEREIKBAARHEID

De tegenstrijdigheid in veel van de huidige binnenstedelijke plannen is dat zij over het geheel een goede visie geven, maar dat zij de bereikbaarheids- en parkeerproblematiek nog

steeds chronisch onderschatten. Veel gemeenten prefereren een autoluwe binnenstad, wat op zich aantrekkelijk is, maar streven te weinig naar het uitbreiden van de parkeergelegenheid aan de rand van het winkelgebied. Zoals het plaatje er nu uitziet zullen daarom in de toekomst nog meer auto-consumenten uitwijken naar de goed bereikbare stadsdeelcentra, die over voetbalveldengrote parkeerterreinen beschikken, waar meestal gratis geparkeerd kan worden.

Het nadeel hiervan is dat juist de auto-consumenten zo belangrijk zijn om de verschraling van het winkelaanbod tegen te gaan en het creëren van deelmilieus mogelijk te maken; zij besteden het meeste geld en zijn in aantal (nog wel) omvangrijk. In het centrum van Nijmegen bijvoorbeeld komt 35 tot 40 procent van de bezoekers per auto. Wat bestedingen betreft kan als ervaringscijfer aangehouden worden dat auto-consumenten ongeveer 1,5 keer zoveel besteden als de overige consumenten. Deze vermenigvuldigingsfactor ligt lager voor de zeer aantrekkelijke binnensteden: hiervoor is de consument namelijk eerder geneigd zijn auto te laten staan.

Gemeenten timmeren hard en goed aan de weg om de winkelfunctie van hun binnenstad te versterken. De baatbelasting verschaft hierbij extra mogelijkheden. Willen de binnensteden echter in de toekomst niet nog verder terrein verliezen, dan zal er meer moeten gebeuren dan het louter 'upgraden' van het winkelgebied. Dit zal namelijk niet afdoende zijn tegen de steeds groter wordende concurrentie van stadsdeelcentra. De belangrijkste andere maatregel moet zijn: het bouwen van parkeergarages aan de rand van het winkelgebied.

\* Redactie AGORA

		1984		1991	
Stad	Straat	Ketenindex*	Stad	Straat	Ketenindex*
Arnhem	Ketelstraat	71	Nijmegen	Broerstraat	91
Groningen	Herestraat	60	Arnhem	Ketelstraat	81
Nijmegen	Broerstraat	60	Zwolle	Diezerstraat	76
Dordrecht	Bagijnhof	59	Maastricht	Grote Staat	75
Amersfoort	Utrechtsestraat	58	Arnhem	Roggestraat	75
Den Bosch	Hoogesteeweg	57	Groningen	Herestraat	74
Vlaardingen	Veerplein	57	Amersfoort	Utrechtsestraat	73
Breda	Eindstraat	56	Apeldoorn	Hoofdstraat	72
Breda	Ginnekenstraat	56	Arnhem	Vijzelstraat	70
Venlo	Vlesstraat	55	Breda	Ginnekenstraat	70

\* ketenindex: het percentage filiaalbedrijven

De meest gefilialiseerde winkelstraten in kleine en middelgrote steden. Bron: *Wie Wat Waar in de Detailhandel*