

Parkeren in 't Friesche Haagje

Onderzoek naar de effecten van parkeertarieven op het centrum van Heerenveen



Eindrapport | Terpstra, Waterlander, Woudstra & Zweet
24 juni 2016

Parkeren in 't Friesche Haagje

Eindrapport

Opdrachtgever(s)

Oppositiepartijen gemeenteraad Heerenveen

Auteurs

Jella Terpstra

Hilde Waterlander

Melissa Woudstra

Rowena Zweet

Studentnummers

365610

360635

383732

407291

Opleiding

Bestuurskunde/Overheidsmanagement

Instelling

Thorbecke Academie (NHL Hogeschool)

Module

Policy Lab

Begeleider

Avelien Haan, docent Bestuurskunde

Plaats van Uitgave

Leeuwarden

Datum van uitgave

24 juni 2016

Versie

2

Voorwoord

Voor u ligt het eindrapport van het vergelijkingsonderzoek naar de effecten van het afschaffen / verlagen van de parkeertarieven in het centrum van Heerenveen. Een onderzoek waarbij een viertal plaatsen zijn onderzocht om zo in samenhang met de literatuurstudie een valide basis te geven voor een uitspraak over de parkeertarieven in het centrum van Heerenveen. Dit onderzoek heeft plaats gevonden in het kader van een halfjaarlijks project, genaamd Policy Lab, voor tweedejaars studenten van de opleiding Bestuurskunde aan de Thorbecke Academie, NHL te Leeuwarden. Het onderzoek heeft plaatsgevonden tussen februari en juni 2016.

Dit onderzoeksrapport is geschreven in opdracht van de oppositiepartijen van de gemeenteraad van Heerenveen. Het omvat een vergelijkingsonderzoek naar de vraag of het afschaffen/verlagen van de parkeertarieven in het centrum van Heerenveen effect zal hebben op de aantrekkelijkheid van het centrum en daarnaast welk effect dit zal hebben op de begroting van de gemeente Heerenveen.

Graag willen wij de mensen die wij hebben geïnterviewd bedanken voor hun bijdrage. Daarnaast willen wij graag in het bijzonder onze docent en begeleider mevrouw Haan bedanken voor haar geweldige begeleiding en scherpe feedback gedurende dit project.

Het afgelopen halfjaar heeft ons als groep ontzettend veel gebracht. Naast dat we een interessant en leerzaam onderzoek hebben mogen doen, hebben we ook elkaar en onszelf beter leren kennen. Ondanks dat er af en toe wat botsingen waren, zijn we er toch in geslaagd om alles naar een hoger niveau te tillen.

Wij wensen u veel leesplezier.

Leeuwarden, 23 juni 2016

Jella Terpstra
Hilde Waterlander
Melissa Woudstra
Rowena Zweet

Inhoudsopgave

Samenvatting	6
1. Inleiding	8
1.1 De opdrachtgever en aanleiding	8
1.2 Probleemanalyse	8
1.2.1 Relevante ontwikkelingen	8
1.2.3 Actorenanalyse	9
1.2.4 Het onderzoek	9
1.3 Doelstellingen	10
1.3.1 Interne doelstelling	10
1.3.2 Externe doelstelling	10
1.4 Hoofdvraag & Deelvragen	10
1.4.1 Hoofdvraag	10
1.4.2 Deelvragen	10
1.5 Leeswijzer	11
2. Theoretisch kader	12
2.1 Literatuurstudie	12
2.1.1 Overheidssturing	12
2.1.2 Parkeerbeleid over de grenzen heen	13
2.1.3 Parkeren en gedrag	14
2.1.4 Conclusie	15
2.2 Conceptueel model	16
3. Onderzoeksmethoden	17
3.1 Operationalisatie	17
3.2 Methoden	17
3.2.1 Onderzoeksstrategie	17
3.2.2 Dataverzamelmethode	18
3.3 Instrumenten	18
3.4 Eenheden	19
3.5 Analyse	19
3.6 Methodematrix	20
3.7 Betrouwbaarheid	20

3.7.1. Onderzoeksinstrumenten	20
3.7.2. Interviews	20
3.7.3. Enquêtes	21
3.8 Validiteit	21
4. De vergelijking	22
4.1 Inleiding gebiedsindeling	22
4.2 Heerenveen	22
4.2.1 Type centrum	23
4.2.2 Afwegingen/Effecten voor Heerenveen	23
4.2.3. Afwegingen/Effecten ondernemers Heerenveen	24
4.3 Gorredijk	26
4.3.1 Type centrum	26
4.3.2 Afwegingen/Effecten voor Gorredijk	26
4.3.3. Afwegingen/Effecten ondernemers Gorredijk	26
4.4 Lemmer	27
4.4.1 Type centrum	27
4.4.2 Afwegingen/Effecten voor Lemmer	27
4.4.3. Afwegingen/Effecten ondernemers Lemmer	28
4.5 Steenwijk	28
4.5.1 Type centrum	28
4.5.2 Afwegingen/Effecten voor Steenwijk	29
4.5.3. Afwegingen/Effecten ondernemers Steenwijk	29
4.6 Dokkum	30
4.6.1 Type centrum	30
4.6.2 Afwegingen/Effecten voor Dokkum	30
4.6.3. Afwegingen/Effecten ondernemers Dokkum	31
4.7 Conclusie	32
5. De enquête uitkomsten	34
5.1 Resultaten enquête	34
5.2 Analyse resultaten enquête	40
5.3 Conclusie	44
6. Analyse	46
6.1 Koppeling Conceptueel model en resultaten	46

6.1.1 De vergelijking	46
6.1.2 De beleving	47
6.1.3 De begroting	48
7. Conclusie & Aanbevelingen	50
7.1 Conclusie	50
7.1.1 Beantwoording deelvragen.....	50
7.1.2 Beantwoording Hoofdvraag	52
7.2 Aanbevelingen	52
Literatuurlijst	54
Bijlage I - Enquête	56
Bijlage II - Interviewprotocollen	60
Interview Protocol Gemeente Steenwijkerland, De Fryske Marren, Opsterland.....	60
Interviewprotocol Ondernemers Gorredijk, Lemmer, Steenwijk, Dokkum	60
Interview Gemeente Dongeradeel.....	61
Interviewprotocol HOV & KHVN afdeling Heerenveen	61
Bijlage III – Overzicht kosten en opbrengsten parkeren	63

Samenvatting

Dit rapport betreft een onderzoek naar de effecten van parkeertarieven op de aantrekkelijkheid van het centrum van Heerenveen in opdracht van de oppositiepartijen van de gemeenteraad van Heerenveen. Voor dit onderzoek is een vergelijkingskader opgesteld met de plaatsen Steenwijk, Dokkum, Gorredijk en Lemmer.

De hoofdvraag van het onderzoek is als volgt geformuleerd:

'Welke effecten heeft het afschaffen/verlagen van de parkeertarieven op de aantrekkingskracht van het stadscentrum van Heerenveen en welke effecten heeft dit op de begroting van de gemeente Heerenveen?'

De volgende deelvragen zijn opgesteld:

1. Is er een verband tussen het verlagen/afschaffen van parkeertarieven en het aantal bezoekers in het centrum?
2. Wat zijn de (verwachte) effecten van het afschaffen van betaald parkeren in de geselecteerde cases?
3. Wat zijn de verwachtingen van belanghebbenden in Heerenveen over het verlagen/afschaffen van parkeertarieven?
4. Wat voor effect heeft het afschaffen/verlagen van de parkeertarieven op de begroting van de gemeente Heerenveen?
5. Welke afwegingen kunnen een rol spelen bij het innemen van een standpunt over het afschaffen/aanpassen van de parkeertarieven?

De doelstelling van dit onderzoek is: onderzoeken of het verlagen/afschaffen van de parkeertarieven invloed heeft op de aantrekkingskracht van het centrum van Heerenveen. Dit rapport moet het mogelijk maken voor de opdrachtgevers om een positie in te nemen ten opzichte van de keuzes van de gemeente Heerenveen betreffende het parkeerbeleid.

De onderzoeksinstrumenten betroffen een achttal interviews, het afnemen van enquêtes in het centrum van Heerenveen en online/document research.

Steenwijk lijkt qua type centrum het meest op Heerenveen. In die gemeente is afgewogen dat een politieke wens was tot afschaffing, met name om aan de wensen van ondernemers tegemoet te komen, waarbij de impact op de begroting beperkt was. Er is hier geen onderzoek gedaan naar de effecten van het afschaffen van de parkeertarieven. De mogelijke effecten komen dan ook voort uit wat men ziet in het centrum. De indruk bestaat wel dat de bezoekersaantallen in het centrum zijn gestegen.

Door ongeveer 61% van de bezoekers van Heerenveen worden de parkeertarieven als (te) duur ervaren. Van de ondervraagden geeft 60% aan dat de parkeertarieven geen invloed heeft op de keuze om het centrum te bezoeken. Ook geeft een ruime meerderheid (80%) aan blauwe zones een goed idee te vinden. Bijna 50% van de ondervraagden geven aan het centrum vaker te

bezoeken wanneer de parkeertarieven zouden worden afgeschaft. Tot slot wordt er door bezoekers aangegeven dat achteraf betalen een positieve invloed zou hebben op de bezoekers.

De ondernemers van Heerenveen geven ook aan dat achteraf betalen zorgt voor rust bij klanten. Ook verwachten de ondernemers een toename in aantal klanten en dus een toename van de omzet wanneer de parkeertarieven afgeschaft zullen worden. De ondernemers zijn positief over de mogelijkheid van Blauwe Zones. Wel geven de ondernemers aan dat er per situatie gekeken moet worden wat geschikt is.

Wanneer de parkeertarieven in Heerenveen afgeschaft zouden worden, dient dit voor alle zones te gebeuren in verband met regulering. Bij het afschaffen van de parkeertarieven wordt er een toename verwacht in het aantal bezoekers van het centrum van Heerenveen. Door het afschaffen, loopt de gemeente natuurlijk inkomsten mis (2.2 miljoen) terwijl de kosten voor een deel blijven bestaan (van de opbrengst van het parkeren wordt jaarlijks bijna 1 miljoen afgedragen aan de algemene reserve en de algemene dienst, naast vaste kosten van ongeveer 1 miljoen). Bij het verlagen van de parkeertarieven wordt er verwacht dat mensen de parkeertarieven als minder duur gaan ervaren. Het verlagen van de tarieven zou de inkomsten verkleinen, daarover kunnen echter geen harde uitspraken worden gedaan.

Er wordt een vijftal aanbevelingen gegeven. De eerste is de invoering van Blauwe Zones. Dit kan in zijn geheel of in bepaalde gebieden. De tweede aanbeveling is om dagdelen vrij te geven wat het parkeren betreft. Een derde aanbeveling betreft de manier van betaling. Zowel bezoekers als ondernemers geven aan dat achteraf betalen een positief effect zal hebben op het gedrag van de klant, vanwege de rust die het geeft. De vierde aanbeveling houdt een verlaging van de parkeertarieven in. Een grote meerderheid van de bezoekers ervaart de parkeertarieven op dit moment namelijk als te duur. Deze aanbeveling zou gecombineerd kunnen worden met de mogelijkheid om achteraf te betalen. Tot slot wordt er een indeling van het centrum in verschillende zones aanbevolen. In deze situatie wordt er bij de supermarkten de mogelijkheid tot gratis parkeren gegeven. Dit is achter een slagboom en betreft een maximale parkeertijd van anderhalf à twee uur. Uitrijden is mogelijk met de kassabon van de desbetreffende supermarkt. Op de overige parkeerterreinen wordt de mogelijkheid gegeven om achteraf te betalen. Hierbij kan er besloten worden om de parkeertarieven te verlagen, net als bij optie vier.

1. Inleiding

In dit hoofdstuk zal de context van het onderzoek worden geschetst. Allereerst zal de opdrachtgever van het onderzoek worden genoemd, vervolgens zullen de aanleiding en het concrete probleem worden omschreven. Hierna volgt de probleemanalyse met daarin de relevante ontwikkelingen, de afweging van de verschillende actoren en belangen en een afbakening van het onderzoeksterrein. Vervolgens volgen de doelstelling en vraagstelling van het onderzoek. Er wordt afgesloten met een leeswijzer.

1.1 De opdrachtgever en aanleiding

De opdrachtgever van dit onderzoek bestaat uit een aantal politieke partijen uit de gemeenteraad van Heerenveen. Deze partijen vormen gezamenlijk de oppositie.

De aanleiding van dit onderzoek betreft een herziening van het parkeerbeleid van Heerenveen door het college van Heerenveen. Hiervoor is op 1 februari 2016 een startnotitie aangenomen door de gemeenteraad. De reden van de herziening was dat de huidige parkeervisie dateert uit 2007 en dus verouderd is.

De opdrachtgever ziet de herziening van het parkeerbeleid als mogelijkheid om te veranderen aan het parkeerbeleid in het centrum, om dit centrum aantrekkelijker te maken voor bezoekers. Dit rapport bevat het onderzoek naar deze mogelijke effecten op het centrum en is geschreven met als doel de opdrachtgever van informatie te voorzien, zodat de opdrachtgever met een gewogen reactie kan komen op het voorstel van het College.

1.2 Probleemanalyse

In deze paragraaf is de probleemanalyse te vinden. Allereerst zullen kort de relevante ontwikkelingen beschreven worden, daarna wordt de huidige situatie beschreven en vervolgens zullen de actoren worden geclassificeerd in een actorenanalyse. Tot slot zal de te onderzoeken zaak nogmaals beschreven worden.

1.2.1 Relevante ontwikkelingen

De totstandkoming van beleid wordt beïnvloed door verschillende maatschappelijke factoren die zich voor een deel onttrekken aan de directe controle van beleidsvoerders (Bovens, 't Hart, & van Twist, 2012). Bovens, 't Hart, & van Twist noemen hierbij de volgende factoren die van invloed zouden kunnen zijn: ecologische factoren, politieke factoren, juridische factoren, sociaal-culturele factoren, technologische factoren en tot slot economische factoren.

Aangaande het vraagstuk betreffende de aantrekkelijkheid van het centrum van Heerenveen spelen de volgende factoren/ontwikkelingen een rol: de politieke factor, vanwege de herziening van het parkeerbeleid in de gemeente Heerenveen, de sociaal-culturele factor, vanwege de verandering in de bevolkingssamenstelling, de economische factor, vanwege de mogelijkheid om online aankopen te doen, de technologische ontwikkeling, vanwege de nieuwe manieren waarmee geparkeerd kan worden, bijvoorbeeld via de mobiel betalen en tot slot is de geografische factor van

toepassing gezien de verandering in het aanbod van parkeermogelijkheden in het centrum door de komst van de Geert Willigengarage en de huidige vernieuwing van het Molenplein.

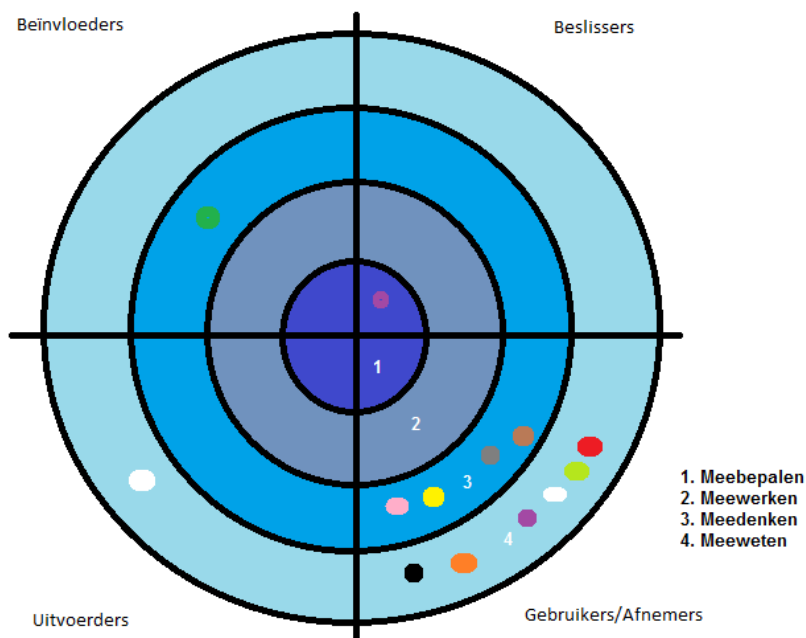
1.2.2 Huidige situatie

In het huidige parkeerbeleid van Heerenveen worden parkeertarieven gehanteerd. Deze tarieven variëren tussen 4,00 en 6,00 euro per dag. In het centrum van Heerenveen kan onbeperkt worden geparkeerd tegen een tarief van 0,10 euro per 5 minuten, dus 1,20 per uur en maximaal 6,00 euro per dag. In het gebied ten westen van het station kan goedkoper worden geparkeerd. Dit kost 2,00 voor 4 uren parkeren, maximaal 4,00 euro per dag. Bij Sportstad en omliggende parkeerterreinen kan gratis worden geparkeerd wanneer er geen voetbalwedstrijden plaats vinden. Daarnaast kan ook gratis geparkeerd worden op het parkeerterrein bij de KR Poststraat. Deze beide parkeerterreinen zijn op 10 minuten loopafstand van het centrum (Centrum Parkeren, 2015).

De parkeercapaciteit in het centrum bestaat uit 1442 betaalde parkeerplaatsen. De parkeerdruk, het procentuele aantal bezette parkeerplaatsen, op zaterdagmiddag is 89% (Gemeente Heerenveen, z.j.).

1.2.3 Actorenanalyse

In deze sub-paragraaf is een actorenanalyse te vinden. Het model dat is gebruikt heet Ringen van invloed. Deze methode brengt structuur aan in de lijst van actoren en helpt rollen toe te kennen aan de partijen binnen het beleidstraject. De actorenanalyse geeft aan welke actoren het meeste invloed uit kunnen oefenen.



De gemeente Heerenveen (paars) komt naar voren als belangrijkste actor. Daarnaast is er nog een groot aantal andere actoren die gebruik maken van de parkeertarieven, of die het beleid van de gemeente moeten uitvoeren. Van de gebruikers kunnen de ondernemersverenigingen meedenken en moeten de inwoners meeweten.

1.2.4 Het onderzoek

De opdrachtgever wil weten welke effecten het al dan niet afschaffen of verlagen van de parkeertarieven in het centrum van Heerenveen heeft op het aantal bezoekers. Het betaald parkeren zou hierbij een mogelijk sturingsinstrument kunnen zijn, die gebruikt kan worden door de gemeente om te sturen in het aantal bezoekers. Het onderzoek moet uitwijzen of het

verlagen/afschaffen van de parkeertarieven in het centrum daadwerkelijk effect heeft op het aantal bezoekers van het centrum van Heerenveen.

1.3 Doelstellingen

1.3.1 Interne doelstelling

De uitkomst van dit onderzoek moet een overzicht geven van de effecten van het afschaffen van betaald parkeren in andere plaatsen en een verkenning van de mogelijke effecten voor de plaats Heerenveen. De effecten zullen worden geduid aan de hand van eerdere onderzoeken, opgenomen in het Theoretisch Kader, en het opgestelde vergelijkingskader met een viertal andere plaatsen. In een drietal van deze plaatsen zijn de parkeertarieven afschaft, wat leidt tot een realistisch beeld dat van invloed kan zijn op de besluitvorming.

1.3.2 Externe doelstelling

Uit dit onderzoek moet blijken of het verlagen/afschaffen van de parkeertarieven invloed heeft op de aantrekkingskracht van het centrum, zodat de gemeente weet welke overweging het beste is en welke keuze daarbij het beste past bij de gemeente Heerenveen. Op basis van het rapport kan er een positie worden ingenomen ten opzichte van de keuzes van de gemeente, en daarmee kan het rapport gebruikt worden om invloed uit te oefenen op de besluitvorming.

1.4 Hoofdvraag & Deelvragen

1.4.1 Hoofdvraag

Welke effecten heeft het afschaffen/verlagen van de parkeertarieven op de aantrekkingskracht van het stadscentrum van Heerenveen en welke effecten heeft dit op de begroting van de gemeente Heerenveen?

1.4.2 Deelvragen

- 1. Is er een verband tussen het verlagen/afschaffen van parkeertarieven en het aantal bezoekers in het centrum?**
 - a. Welke mogelijke verbanden worden in de literatuuresignaleerd?*
 - b. Op welke wijze kunnen deze mogelijke effecten worden onderzocht?*
 - c. Welke indicatoren zijn dan relevant om te meten?*
- 2. Wat zijn de (verwachte) effecten van het afschaffen van betaald parkeren in de geselecteerde cases?**
 - a. Zijn er verschillen/overeenkomsten in het aanbod van en de behoefte aan parkeerplaatsen?*
 - b. Zijn er verschillen/overeenkomsten in de verwachte en/of gemeten effecten?*
 - c. Welke mogelijke effecten kunnen voor Heerenveen worden verwacht?*
- 3. Wat zijn de verwachtingen van belanghebbenden in Heerenveen over het verlagen/afschaffen van parkeertarieven?**
 - a. Wat zijn de verwachtingen van inwoners en welke factoren zijn hierop van invloed?*
 - b. Wat zijn de verwachtingen van ondernemers en welke factoren zijn hierop van invloed?*

- 4. Wat voor effect heeft het afschaffen/verlagen van de parkeertarieven op de begroting van de gemeente Heerenveen?**
 - a. Wat zijn de kosten en baten van het betaald parkeren?*
 - b. Wat zijn de kosten en baten van het afschaffen ervan*
- 5. Welke afwegingen kunnen een rol spelen bij het innemen van een standpunt over het afschaffen/aanpassen van de parkeertarieven?**

1.5 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 is het Theoretisch Kader te vinden, waarin de relevante literatuur wordt besproken. In hoofdstuk 3 worden de Onderzoeksmethoden behandeld. In hoofdstuk 4 is het eerste resultatenhoofdstuk waarin de vergelijking tussen de centra te vinden is en in hoofdstuk 5 is het tweede resultatenhoofdstuk te vinden, hierin zijn de resultaten van de enquête uitgewerkt. Hoofdstuk 7 bestaat uit een analyse van de voorgaande twee hoofdstukken en in hoofdstuk 8 zijn de Conclusie en Aanbevelingen te vinden. Het laatste hoofdstuk bestaat uit de Discussie.

Na de hoofdstukken volgen de begrippen- en literatuurlijst en daarna de Bijlagen. In Bijlage I is de Enquête te vinden. In Bijlage II de interviewprotocollen. Bijlage III bevat een financieel overzicht over parkeren in Heerenveen.

2. Theoretisch kader

In het theoretisch kader is de relevante stand van zaken uit het vakgebied te vinden, bestaand uit relevante theorieën, actuele modellen en onderzoeksresultaten. Tot slot bevat dit hoofdstuk een conceptueel model, waarin staat vanuit welke theorie of vanuit welk model het probleem onderzocht zal worden en wat het denk- en toetsingskader zal worden.

2.1 Literatuurstudie

In dit hoofdstuk zijn de relevante bronnen opgenomen die van toepassing zijn bij het onderzoek naar de parkeertarieven en aantrekkingskracht van het stadscentrum Heerenveen. Hierbij is gekeken naar de parkeertarieven in de gemeente Heerenveen, naar het parkeerbeleid in vergelijkbare plaatsen, sturing met parkeertarieven en wat parkeren en gedrag met elkaar te maken hebben.

2.1.1 Overheidssturing

De overheid stuurt om zo het afstemmen van het doen en laten van burgers/maatschappelijke organisaties te bevorderen. De overheid is hierbij de instantie in de samenleving die zorgt dat mensen met uiteenlopende ideeën, belangen en eisen elkaar niet voortdurend in de weg zitten (Bovens, 't Hart, & van Twist, 2012). Een middel om te sturen is door gebruik te maken van beleidsinstrumenten. Er zijn verschillende categorieën beleidsinstrumenten, denk hierbij aan juridische sturing, economische sturing, communicatieve sturing en fysieke sturing. De aard van de gedragsbeïnvloeding die het instrument beoogt verruimend of respectievelijk beperkend (Bovens, 't Hart, & van Twist, 2012).

Het heffen van parkeertarieven is een voorbeeld van een beleidsinstrument. Met een passend parkeerregime kan een overheid mensen sturen en ze beïnvloeden; hoe ze bijvoorbeeld naar een centrum komen, hoelang ze er willen blijven en waar ze zullen gaan parkeren (Adviseurs mobiliteit Goudappel Coffeng, 2014). Volgens hoogleraar e-marketing Cor Molenaar heeft het afschaffen van de parkeertarieven invloed op de aantrekkingskracht van het centrum en dus pleit hij voor het afschaffen hiervan. Hij geeft als voorbeeld de situatie in de Britse plaats Cardigan. Toen de parkeermeters hier buiten werking waren, kwamen de consumenten massaal terug naar de binnenstad. Een ander voorbeeld hiervan is een storing van de parkeermeters in Nijmegen. Ook hier leidde dat tot meer bezoekers (Retailnews, 2015). Volgende hoogleraar e-marketing Cor Molenaar is het afschaffen van de parkeertarieven een goed beleidsinstrument omdat het afschaffen van de parkeertarieven daadwerkelijk invloed heeft op de aantrekkingskracht van het centrum.

Uit een analyse van WPM, als reactie op de uitspraak van Detail handel Nederland, Koninklijke Horeca Nederland en de ANWB, blijkt dat stijgende parkeertarieven binnensteden minder aantrekkelijk maken voor consumenten en ondernemers. Hieruit blijkt ook dat de parkeertarieven en de attractiewaarde van binnensteden redelijk met elkaar in evenwicht zijn. De analyse gaat samen met een drietal veronderstellingen. De eerste veronderstelling is dat de bereidheid van een bezoeker om te betalen voor parkeren samenhangt met de attractiviteit van de binnenstad. De

tweede veronderstelling is dat de attractiviteit van een binnenstad een objectieve en een subjectieve component heeft en de laatste en derde veronderstelling is dat de acceptatie van een bepaald parkeertarief samenhangt met de kwaliteit van de parkeerfaciliteit, gelet op zaken als bijvoorbeeld toegankelijkheid, comfort, ruimtelijke opzet en afstand tot de belangrijkste bestemmingen. Uit de analyse blijkt 'dat het niet waarschijnlijk is dat tariefverlaging voor veel binnensteden veel effect zal hebben op het aantal bezoekers, omdat de afwijkingen van de 'norm' namelijk niet zodanig zijn dat er uitdrukkelijk sprake zou kunnen zijn van dissatisfiers bij bezoekmotivatie' (Haringsma, 2015).

Om het parkeerbeleid uit een andere invalshoek te bekijken is de analyse van WPM een goed voorbeeld. Uit de analyse van WPM worden drie veronderstellingen gedaan, deze veronderstellingen kunnen van toepassing zijn op de gemeente Heerenveen. Relevante factoren om te onderzoeken rond het parkeergedrag in Heerenveen zijn: de waardering van bezoekers voor het centrum, de acceptatie van het betaald parkeren, en de combinatie hiervan (of mensen elders parkeren om betalen te ontwijken).

2.1.2 Parkeerbeleid over de grenzen heen

Over de hele wereld is het parkeerbeleid anders georganiseerd. Landen hanteren verschillende tarieven en andere ideeën over hoe dit beleid vormgegeven moet worden. Alleen al in de Europese Unie zijn er 28 andere visies op het gebied van parkeerbeleid. In het rapport van Technical Committee on transport Action 342, (2005) wordt weergegeven hoe het parkeerbeleid van Europese landen wordt gehanteerd.

Toch zijn er veel buitenlandse steden die zich al een verdiept hebben in het veranderen van het parkeerbeleid, meerdere steden/ landen overwegen om de tarieven van hun parkeerbeleid te verlagen of helemaal af te schaffen. Uit Engels onderzoek van Mruk, (2015), blijkt dat 23% van de mensen eerder bereid is om de stad te bezoeken naar mate de kosten lager zijn of helemaal zijn afgeschaft.

Maar het is lastig om te bepalen of het verstandig is om alle parkeerkosten af te schaffen. Het is namelijk wel zo dat dit een inkomstenbron is. In het artikel van de New York Times (Cowen, 2010) wordt benadrukt dat "free parking comes at a price", Er zit een prijskaartje aan het gratis parkeren en het mislopen van deze inkomsten zou ook gevolgen kunnen hebben.

Uit bovenstaande onderzoeken blijkt dat het afschaffen van parkeertarieven invloed heeft op de aantrekkingskracht van het stadscentrum. Dat is voor dit onderzoek ook van belang maar het is ook belangrijk dat er rekening wordt gehouden met verschillende effecten van het verlagen van de parkeertarieven. Eén van die effecten is het mislopen van de inkomsten als gevolg van het betaald parkeren, voor de gemeente direct merkbaar. Terwijl een eventuele toestroom aan bezoekers alleen indirecte effecten zal hebben, zoals een aantrekkelijker centrum, meer werkgelegenheid etc. De effecten daarvan zijn veelal niet direct, maar alleen indirect zichtbaar en meetbaar voor de gemeente.

2.1.3 Parkeren en gedrag

Wat voor invloed heeft het afschaffen van parkeertarieven op het gedrag van bezoekers? Eerder werd al gezegd, door hoogleraar Cor Molenaar, dat het wel degelijk invloed heeft op het aantal bezoekers en daarom pleit hij voor het afschaffen ervan.

Een interessant onderzoek is dat van Homan (Homan, 2009), waarin verschillende steden op het gebied van parken en gedrag met elkaar vergeleken worden. Het gaat hierbij om 32 verschillende plaatsen in Nederland, waarvan in 16 plaatsen niet betaald hoeft te worden voor het parkeren en in 14 plaatsen wel. Daarmee hoopt hij aan te tonen dat er wel degelijk een verband is tussen aantallen bezoekers en betaald parkeren.

Doordat deze plaatsen niet aan elkaar gelijk zijn, zijn er zeven verschillende criteria opgesteld waaraan moet worden voldaan. De vastgestelde criteria die voor dit onderzoek zijn gebruikt, zijn: de plaatsen moeten een economische functie hebben voor de omgeving, mogen geen regionale hoofdfunctie hebben, mogen geen grote toeristisch trekpleister zijn het hoofddoel van het bezoek moet winkelen zijn, de winkelvloer oppervlak moet tussen de 10.000 en 35.000 m² zijn en het maximaal aantal inwonersaantal moet 45.000 zijn (Homan, 2009).

De vastgestelde plaatsen (betaald parkeren) zijn: Barneveld, Borne, Bergen, Boxtel, Cuijk, Deurne, Haaksbergen, Hardenberg, Lochem, Nijkerk, Raalte, Terneuzen, Tiel en Valkenswaard. De vastgestelde plaatsen (onbetaald parkeren) zijn: Alblasterdam, Barendrecht, Bennekom,

Bodegraven, Gennep, Goor, Gemert, Huizen, Joure, Leek, Naaldwijk, Nunspeet, Schagen, Schijndel, Winterswijk, Zevenaar. In deze plaatsen is onderzoek gedaan naar de parkeerdruk van betaald en onbetaald parkeren.

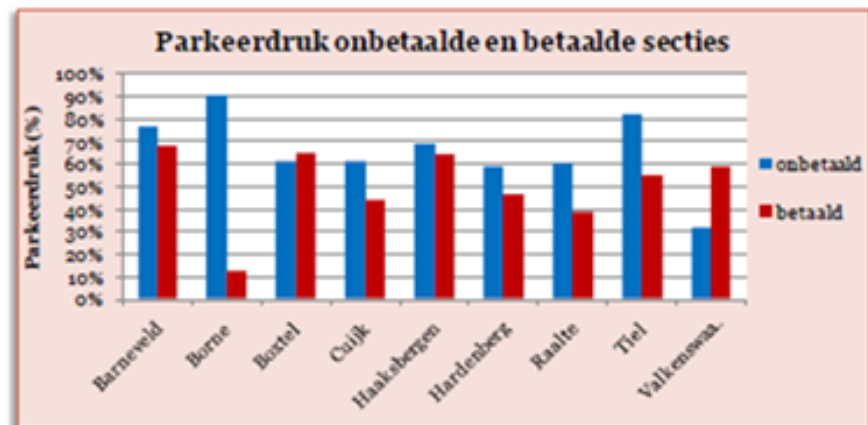


In de onderstaande drie figuren wordt de parkeerdruk in plaatsen met onbetaald en betaald parkeren weergegeven. De parkeerdruk is gebaseerd aan de hand van de bezettingsgraad, de bezettingsgraad geeft aan hoeveel procent van het totaal aantal beschikbare parkeerplaatsen op een bepaald moment bezet is en de bezettingsgraad staat weer in verband met het aantal bezoekers (Homan, 2009).

Om de figuren beter te begrijpen is het gemakkelijk om het gemiddelde

te nemen. De gemiddeld bezettingsgraad bij het onbetaald parkeren is 68% en bij het betaald parkeren is de gemiddelde bezettingsgraad 63%. Dit zegt in eerste instantie nog niet zoveel over het onbetaald of betaald parkeren in verschillende steden. Mensen hebben verschillende redenen voor het parkeren in het stadscentrum, denk hierbij aan: ze gaan naar hun werk, doen boodschappen in de stad of bezoeken horecagelegenheden.

Het wordt pas interessant als ook in de plaatsen zelf verschillen in parkeerdruk worden gemeten bij secties met en secties zonder betaald parkeren. De figuur hiernaast laat zien dat de procentuele parkeerdruk bij onbetaald parkeren hoger is dan bij betaald parkeren. De gemiddelde parkeerdruk bij betaald parkeren is 50% tegenover een gemiddelde

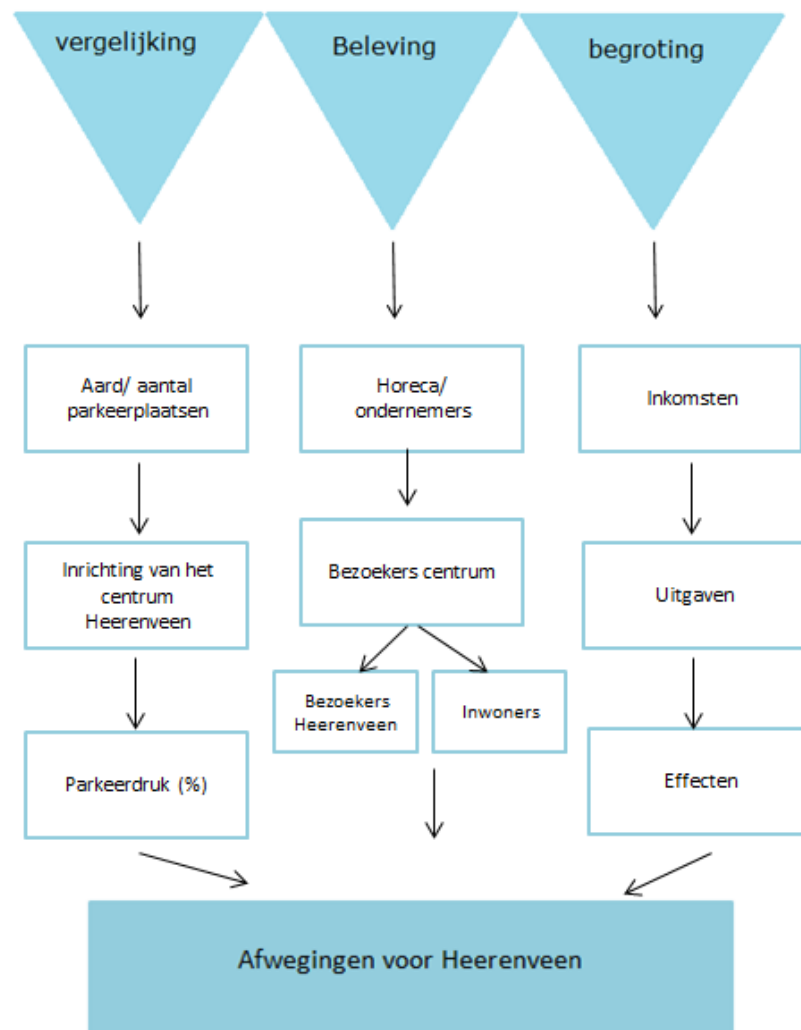


parkeerdruk van 66% bij onbetaald parkeren. Hieruit zou afgeleid kunnen worden dat mensen liever/vaker parkeren op een gratis parkeerplaats dan op een betaalde parkeerplaats. Uit dit onderzoek komt dus naar voren dat parkeertarieven invloed hebben op het 'gedrag' en daarom wordt er in het onderzoek geconcludeerd dat de parkeertarieven invloed hebben op het aantal bezoekers in positieve zin en daarbij komt duidelijk naar voren dat goedkope parkeerplekken als eerste vol zijn (Homan, 2009).

2.1.4 Conclusie

Geconcludeerd kan worden dat de verschillende onderzoeken aantonen dat er een verband is tussen betaald parkeren en de bezettingsgraad van parkeerplaatsen. Niet verrassend is dat parkeerders de voorkeur geven aan gratis parkeerplaatsen. Onderzoek lijkt ook aan te tonen dat als parkeertarieven worden afgeschaft, dit een positieve invloed heeft op het aantal bezoekers. Dat effect is echter niet direct of cijfermatig aangetoond. Wel maakt de theorie duidelijk dat tarieven een effect hebben op parkeergedrag, maar dat dit samenhangt met een aantal andere factoren. Deze factoren zijn: de kenmerken/inrichting van het centrum en de waardering van bezoekers daarvoor, het doel van het bezoek in relatie tot parkeerbehoefte/parkeerduur, de ervaringen rond het gebruik van de parkeerplekken en de acceptatie van het betaald parkeren. Op basis van deze factoren kan bepaald worden of een afschaffing/verlaging van de parkeertarieven meer bezoekers naar het centrum zal trekken. Daarnaast dienen ook de gevolgen voor de begroting in beeld gebracht te worden. Hieronder zijn de verschillende factoren in een conceptueel model samengevat.

2.2 Conceptueel model



3. Onderzoeksmethoden

In dit hoofdstuk wordt het conceptueel model uit paragraaf 2.3 geoperationaliseerd, worden de onderzoeksmethoden, onderzoeksinstrumenten, onderzoekseenheden besproken en daarnaast wordt ook de analyse besproken en worden de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek uitgelegd.

3.1 Operationalisatie

In deze paragraaf is een uitwerking te vinden van het conceptueel model uit paragraaf 2.3. In dit model zijn drie driehoeken te vinden, genoemd: vergelijking, beleving en begroting. Aan deze driehoeken zijn verschillende variabelen gekoppeld, die van invloed zijn op het al dan niet afschaffen van de parkeertarieven. Deze variabelen worden hieronder beschreven.

Bij de eerste driehoek, 'Vergelijking', horen de volgende drie variabelen: aard- en aantal parkeerplaatsen, inrichting van het centrum en parkeerdruk. De deelvraag die hieraan is gekoppeld, is: 'wat zijn de (verwachte) effecten van het afschaffen van betaald parkeren in de geselecteerde cases?'. Een stadscentrum is vaak onder te verdelen in verschillende gebieden, een gebied waar overheersend supermarkten aanwezig zijn, een gebied waar de (kleding)winkels zitten en een gebied waar meer horeca aanwezig is. De aard van het parkeren kan een grote rol spelen in de keuze voor betaald parkeren of niet en de eventuele tijdsduur van het parkeren. Iemand die even snel boodschappen wil doen met de auto betaalt misschien liever niet terwijl iemand die gaat winkelen er wel geld voor over heeft. Zo kunnen ook de behoefte qua aantallen verschillen per gebied en zal misschien ook de parkeerdruk hier een verschil laten zien.

De tweede driehoek, 'Beleving', is gekoppeld aan variabelen ondernemers en bezoekers. De deelvraag die hierbij hoort is: 'Wat zijn de verwachtingen van de belanghebbenden in Heerenveen op het verlagen/afschaffen van parkeertarieven?'. Bij de ondernemers gaat het erom of zij positieve, negatieve of geen effect verwachten op de omzet en bij de inwoners gaat het om de bereidheid en de motieven voor het wel of niet parkeren in het centrum. Als bereidheid van betalen worden motieven, kwaliteit van het parkeren en de toegankelijkheid van het centrum genomen als variabelen. Deze variabelen zijn afgeleid uit het theoretisch kader.

De laatste driehoek omvat de variabele 'Begroting'. De variabelen die hieraan gekoppeld zijn, zijn inkomsten, uitgaven en effecten. De deelvraag die hierop van toepassing is, is: 'Wat voor effect heeft het afschaffen/verlagen van de parkeertarieven op de begroting van de gemeente Heerenveen?'. Het staat bij deze deelvraag centraal om het effect van het missen parkeerinkomsten aan te tonen.

3.2 Methoden

3.2.1 Onderzoeksstrategie

Er is een vergelijkingskader gemaakt met 4 plaatsen naast Heerenveen. De specifieke plaatsen zijn te vinden in paragraaf 3.4 Eenheden.

3.2.2 Dataverzamelmethode

De dataverzamelmethode bestaat uit het afnemen van enquêtes, het houden van interviews en het doen van document research. De enquêtes die worden afgenomen, zijn gericht op de bezoekers van het centrum van Heerenveen. De interviews worden gehouden bij ondernemersverenigingen in de desbetreffende plaatsen en bij de gemeenten waartoe deze plaatsen behoren.

3.3 Instrumenten

De onderzoeksinstrumenten die gebruikt worden bij dit onderzoek zijn het afnemen van enquêtes en het houden van interviews, met gemeenten en ondernemersverenigingen. De enquêtes worden op twee manieren afgenomen. De eerste manier die wordt gehanteerd is face-to-face enquêtes dit vindt plaats in Heerenveen onder de centrumbezoekers. De tweede manier die gehanteerd wordt is het digitaal verspreiden van de enquêtes op social media. De enquêtevragen zijn zo geformuleerd dat het de verschillende thema's van het conceptueel model beantwoorden en daarbij ook de deelvragen die antwoord geven op de hoofdvraag. De enquêtevragen zijn opgenomen in de bijlage, daarin is een voorbeeld van de enquête te zien.

Variabele	Indicator	Dataverzamelmethode	Meetinstrument	Mogelijke meetfouten
Bereidheid om te betalen voor parkeren	Gemiddelde tevredenheid van centrumbezoekers (die met de auto zijn gekomen)	Enquête Interview	Gemiddelde tevredenheid van de centrumbezoekers Heerenveen.	Resultaat wordt gebaseerd op meningen van bezoekers.
Attractiviteit van een binnenstad	Gemiddelde tevredenheid van centrumbezoekers	Enquête	Gemiddelde tevredenheid van centrumbezoeker en vergelijkingskader andere gemeente	Resultaat is afhankelijk van bezoekers die al snel een vergelijking maken met grotere steden die gericht zijn op een centrum functie
Acceptatie van parkeertarief dat samenhangt met kwaliteit van de parkeerfaciliteit	Gemiddelde tevredenheid van het parkeertarief en het aanbod van parkeerplaatsen.	Interviews ondernemingsverenigingen	vergelijkingskader (hierbij wordt gekeken naar de prijs verhouding en kwaliteit van andere gemeenten)	Het resultaat van de vraag wat vindt u van de parkeertarieven als snel duidt op een sociaal wenselijk antwoord (omdat iedereen dat vindt)

3.4 Eenheden

Er worden interviews afgenomen bij de volgende plaatsen:

- Steenwijk;
- Gorredijk;
- Lemmer;
- Dokkum.

In de plaatsen Steenwijk, Gorredijk en Lemmer is het al geruime tijd mogelijk om vrij te parkeren. De gemeente Dokkum heeft sinds kort een nieuw parkeerbeleid in het centrum en zat daarom in hetzelfde stadium als waar Heerenveen nu in zit.

De interviews worden afgenomen bij de vier gemeenten en bij de ondernemersvereniging van de bovenstaande vier plaatsen. Bij de gemeente zal worden gezocht naar wat de beweegredenen waren om het parkeren vrij te maken en welke effecten zij gemeten hebben. Bij de ondernemersverenigingen zal worden gekeken welke effecten de ondernemers hebben gemerkt van het vrijparkeren.

Naast de interviews in bovenstaande plaatsen zullen er in Heerenveen ook een tweetal interviews worden afgenomen. Dit betreft één interview met de Heerenveense Ondernemers Vereniging en één interview met de Koninklijke Horeca Vereniging Nederland, Afdeling Heerenveen.

Naast het afnemen van interviews zal er ook worden geënuquêteerd in Heerenveen. Deze enquête zal plaatsvinden in het centrum van Heerenveen, waarbij de doelgroep de bezoekers van het centrum zijn. Daarnaast zal de enquête ook online verspreid worden.

3.5 Analyse

De gegevens van de enquêtes worden verzameld op Survey Monkey. Dit is een programma dat de mogelijkheid biedt voor een enquête naar wens en vervolgens biedt het de optie tot een data analyse. Aan de hand van de gegevens die uit de enquêtes komen, zal het volgende met elkaar worden vergeleken:

- Het verschil tussen de inwoners uit Heerenveen en mensen die ergens anders woonachtig zijn. De waardering van het winkelaanbod, wat ze van de parkeertarieven vinden, het doel van het parkeren en de invloed van de parkeertarieven op de keuze van vervoersmiddel.
- Het verschil tussen mensen die aangeven dat bij hen de hoogte van de parkeertarieven invloed heeft op hun keuze om het centrum te bezoeken en de mensen bij wie dit geen invloed heeft. De ervaring met het vinden van een parkeerplaats, wat de mensen doen als ze geen parkeerplaats kunnen vinden, de waardering van het winkelaanbod en het verschil tussen de opvatting over blauwe zones.
- De verschillen bij de aard van het parkeren. De verschillen tussen de 2 grootste groepen in deze categorie worden geanalyseerd. Er is besloten de categorie winkelend publiek en boodschappers te analyseren omdat deze het grootste deel van de steekproef beschrijven. Het winkelend publiek tegenover de boodschappers ten opzichte van de invloed van de parkeertarieven, de prijs van de parkeertarieven, het aantal bezoeken aan het centrum, de oplossing voor geen parkeerplek, blauwe zones en de ontevredenheid.

De gegevens uit de interviews worden verwerkt door middel van labeling. De uitkomsten hiervan komen in de resultatenhoofdstukken, evenals de uitkomsten van de Enquête.

3.6 Methodematrix

	Deelvraag 1	Deelvraag 2	Deelvraag 3	Deelvraag 4	Deelvraag 5
Interview	X	X	X	X	
Enquête			X		
Document Research					X

3.7 Betrouwbaarheid

Betrouwbaarheid is de mate waarin het resultaat onafhankelijk van het toeval is (Fischer & Julsing, 2014). De betrouwbaarheid van dit onderzoek wordt geformuleerd als: wanneer het onderzoek opnieuw wordt uitgevoerd, moeten dezelfde resultaten worden behaald. Om dit te bereiken moet het onderzoek dus logischerwijs op gelijke manier uitgevoerd worden. Hierbij is het van belang dat dezelfde structuur wordt gehanteerd en dat dus dezelfde vraagstelling gebruikt wordt.

Gerelateerd aan de vraagstelling zijn de volgende factoren opgenomen in het conceptueel model: vergelijking, beleving en de begroting. Ook deze factoren moeten worden meegenomen bij het opnieuw uitvoeren van dit onderzoek. Onder vergelijking vallen de volgende factoren namelijk: aard/aantal parkeerplaatsen, inrichting van het centrum Heerenveen en de parkeerdruk (%). Onder beleving vallen: de horeca/ondernemers en de inwoners van Heerenveen en tot slot is het voor de begroting van belang dat de inkomsten en uitgaven worden vergeleken en aan de hand daarvan de effecten worden op de begroting worden vastgesteld.

3.7.1. Onderzoeksinstrumenten

Om de betrouwbaarheid te waarborgen is het belangrijk dat er niet wordt afgeweken van de onderzoek instrumenten. Bij dit onderzoek is er gebruik gemaakt van drie verschillende onderzoeksinstrumenten namelijk: het afnemen van interviews, het afnemen van enquêtes en het doen van document research.

3.7.2. Interviews

Er zijn in totaal tien interviews afgenomen. Acht van deze interviews afgenomen zijn bij de vier andere plaatsen (zie paragraaf 3.4). Vier van de acht interviews zijn afgenomen bij de ambtelijke organisatie van de betreffende plaats en de andere vier interviews zijn afgenomen bij de ondernemersvereniging van de betreffende plaats. Om de betrouwbaarheid te waarborgen is een interviewprotocol opgesteld dat voor alle interviews gebruikt kan worden. De interview protocollen zijn opgenomen in de bijlage.

Daarnaast zal de verkregen data ook op een gelijke manier geanalyseerd moeten worden. Voordat de interviews zijn geanalyseerd zijn dezen eerst gelabeld. Een voorbeeld hiervan is eveneens te

vinden in de bijlage. De verkregen labels zijn met elkaar vergeleken en gebruikt voor de beantwoording van de deelvragen.

3.7.3. Enquêtes

De steekproef die tijdens dit onderzoek werd gehanteerd berust op: een betrouwbaarheidsniveau van 95% met een steekproefmarge van 5%, de mate van spreiding 50 % (hierbij de reguliere keuze aangehouden) met een populatie van 50.175 inwoners blijft de betrouwbaarheid gewaarborgd als er 381 enquêtes worden afgenomen. De gebruikte enquête is opgenomen in de bijlage samen met het enquête protocol waarin overige informatie wordt weergegeven. Tijdens dit onderzoek zijn de enquêtes face-to-face afgenomen en door middel van een digitale (enquête) versie. Om respons van de juiste doelgroep te waarborgen is er bij de digitale versie een filtervraag toegevoegd. De filtervraag zorgt ervoor dat alleen de doelgroep bevoegd is om de enquête in te vullen. De digitale enquêtes zijn door middel van Survey monkey afgenomen en geanalyseerd. De verwerking en tegen elkaar afgezette variabelen zijn te vinden in hoofdstuk 5, dit is het hoofdstuk over de enquête en in hoofdstuk 6 staat de analyse van de onderzoeksinstrumenten weergegeven.

3.8 Validiteit

Er is sprake van construct validiteit. Construct validiteit is de mate waarin de deelaspecten van een omvangrijk begrip (in dit onderzoek het afschaffen/verlagen van parkeertarieven) het hele begrip dekt. Construct validiteit is onder te verdelen in twee soorten namelijk in convergente- en divergente validiteit. Voor dit onderzoek geldt alleen de convergente validiteit, omdat er in dit onderzoek gebruik wordt gemaakt van twee onderzoeksinstrumenten die hetzelfde begrip meten.

Het begrip is 'welke effecten hebben het afschaffen/verlagen van de parkeertarieven op de aantrekkingskracht van het centrum'. De onderzoeksinstrumenten die hiervoor gebruikt zijn, zijn: enquêtes, interviews en document research. Deze onderzoeksinstrumenten worden aan hetzelfde begrip getoetst. Om de betrouwbaarheid van de validiteit waarborgen moeten deze drie onderzoeksinstrumenten hoog met elkaar correleren.

4. De vergelijking

In dit hoofdstuk is het vergelijkingskader uitgewerkt. Er wordt begonnen met een korte inleiding, waarna achtereenvolgens per plaats het type centrum worden besproken, de afwegingen/effecten plaatsen en de afwegingen/effecten van de ondernemers zullen worden besproken. Elke paragraaf zal worden afgesloten met een korte samenvatting, of conclusie.

4.1 Inleiding gebiedsindeling

In deze paragraaf zal de gebiedsindelingen van de centra worden uitgelegd. De centra zijn gekozen aan de hand van de bestemmingsplannen (Ruimtelijkeplannen.nl, 2016). Bij het indelen van de centra is er gekeken naar een viertal categorieën: Levensmiddelen/dagelijkse boodschappen, mode & huishoudelijk, Dienstverlening en Horeca/cultuur.

Onder Levensmiddelen en Dagelijkse Boodschappen (oranje) worden de volgende winkels verstaan: supermarkten, slagerijen en bakkerijen.

Onder Mode & Huishoudelijk (groen) worden de gewone winkels in het centrum verstaan die geen levensmiddelen of dagelijkse boodschappen aanbieden.

Onder Dienstverlening (blauw) worden banken, gemeentehuizen, uitzendbureaus en reisbureaus verstaan.

Onder Horeca en Cultuur (geel) worden kroegen, restaurants, cafés, musea, bioscopen, coffeshops, casino's en theaters verstaan.

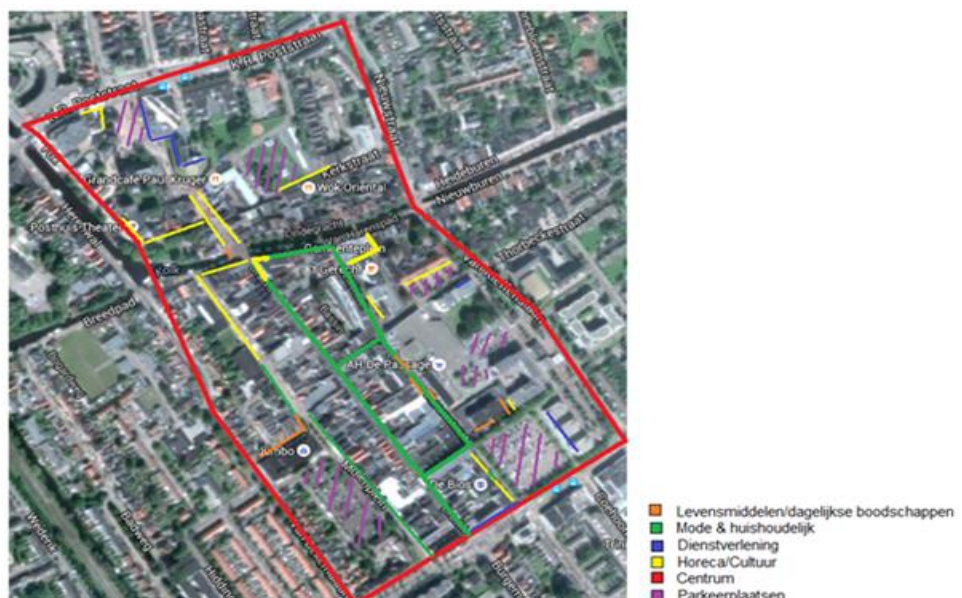
Daarnaast zijn ook de grote Parkeergelegenheden (paars) gemarkeerd. Kleine parkeerplaatsen zijn niet aangegeven op het kaartje maar kunnen wel aanwezig zijn in het centrum.

Tot slot is het Centrum met een rode lijn aangegeven.

Voor de typering van het centrum is er gekeken naar de verhoudingen tussen de bovenstaande categorieën. De informatie is verzameld door middel van interviews en document research.

4.2 Heerenveen

In deze paragraaf staat Heerenveen centraal. Heerenveen is een plaats met zo'n 29.000 inwoners en maakt deel uit van de gemeente Heerenveen.



4.2.1 Type centrum

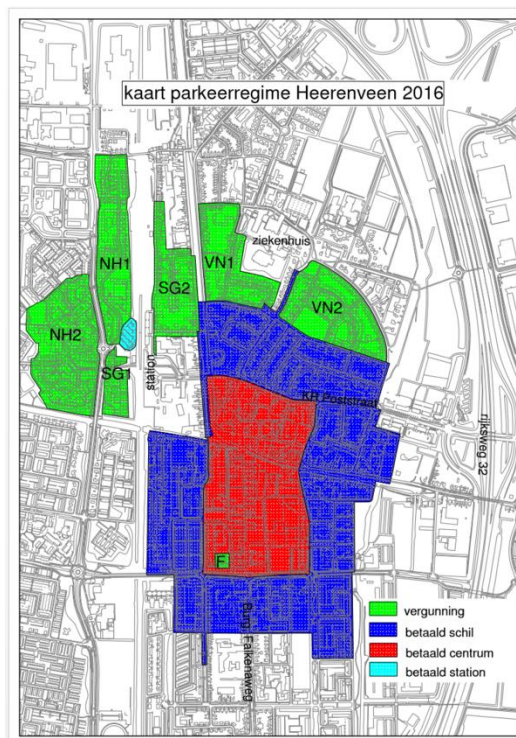
Het centrum van Heerenveen bestaat uit een winkel-acht, met aan de randen een drietal supermarkten, een Albert Heijn, een Jumbo en een Aldi, en aan de uiteinden horeca en cultuur. Het grootste gedeelte van de voorzieningen in Heerenveen bestaan uit winkels (mode & huishoudelijk) en dienstverlening is het minst aanwezig van de voorzieningen. Verder heeft Heerenveen zes grote parkeergelegenheden en in totaal zijn er zo'n 1492 betaalde parkeerplaatsen in centrum.

4.2.2 Afwegingen/Effecten voor Heerenveen

De parkeertarieven zijn ooit ingevoerd in Heerenveen met als doel om te het parkeren te reguleren. Heerenveen is toen ingedeeld in een aantal ringen (zie onderstaande afbeelding).

Wanneer de parkeertarieven afgeschaft worden in centrum zal dit ook in rondom liggende gebieden moeten gebeuren. Anders is het niet meer te reguleren. Er wordt verwacht dat werknemers hun auto op de beste plekjes zullen neerzetten en omwonenden zullen het liefst ook gratis parkeren. Op die manier is de parkeerdruk al hoog, voordat de bezoekers er zijn en het bedoelde effect zal verloren gaan.

Het betaald parkeren levert de gemeente Heerenveen zo'n 2.200.433,95 euro per jaar. Daarnaast kost het parkeren de gemeente zo'n 2.256.104,60 euro per jaar, zoals blijkt uit de technische rapportage kosten en opbrengsten van het parkeren (Gemeente Heerenveen, 2015, zie bijlage III). Als deze cijfers echter nader worden bestudeerd, blijkt dat onder opbrengsten wordt gerekend: de opbrengsten van parkeermeters, vergunningen, naheffingen, de garages en het belparkeren. De grootste opbrengstenpost hierin bestaat uit de inkomsten van parkeermeters (ongeveer 1 miljoen). De kosten van het parkeren bestaan uit handhavingskosten, beheer en onderhoud, kosten voor de parkeergarages, verzekeren, belasting, afschrijving en het verlenen van vergunningen. Daarnaast wordt een bedrag van ongeveer 788.000 bijgedragen aan de Algemene Dienst en wordt een storting van 150.000 gedaan in de Algemene Reserve. Uit de opbrengsten van het parkeren wordt dus een bijdrage gedaan aan de algemene begroting van de gemeente. Zou de gemeente de tarieven geheel afschaffen, dan blijft de gemeente zitten met ongeveer de helft aan de kosten die er zijn voor beheer en onderhoud etc, maar loopt de gemeente wel ongeveer 2 miljoen aan inkomsten mis. Zouden de tarieven verlaagd worden, dan lopen met name de inkomsten van de parkeermeters terug. Omdat echter geen gegevens bekend zijn over parkeerdruk en parkeerduur,



het

het

kan niet worden ingeschat wat de omvang daarvan is. Wel is de ervaring met de verhoging van de tarieven in 2013, dat dat slechts 150.000 aan inkomsten extra heeft opgeleverd.

De gemeente heeft een proef overwogen, waarbij bezoekers tot 11.00 uur of 12.00 uur gratis kunnen parkeren in het centrum. Hierna zouden de parkeerders dan moeten betalen. Voor deze proef is voor varianten een inkomstenderving berekend op basis van de gemiddelde gegevens over de inkomsten uit parkeren op zowel Maaiveld als in de parkeergarages over de maanden mei, juni, september en oktober in 2013 tot en met 2015. De resultaten hiervan zijn te vinden in de onderstaande tabel. De gemeente weet niet wat het effect is van de proef. Het is bijvoorbeeld mogelijk dat parkeerders die nu 's middags het centrum bezoeken de keuze maken om dit nu 's ochtends te doen in de gratis uren. Deze vorm van inkomstenderving is niet meegenomen in de berekening (Gemeente Heerenveen, 2016).

Dagen	Tijd	Inkomstenderving per jaar
Maandag tot en met vrijdag	Vanaf 11.00 uur betaald parkeren	325.000 euro
Maandag tot en met zaterdag	Vanaf 11.00 uur betaald parkeren	390.000 euro
Maandag tot en met vrijdag	Vanaf 12.00 uur betaald parkeren	487.500 euro
Maandag tot en met zaterdag	Vanaf 12.00 uur betaald parkeren	568.750 euro

4.2.3. Afwegingen/Effecten ondernemers Heerenveen

De Heerenveense Ondernemersvereniging (HOV) en de Koninklijke Horeca Nederland, afdeling Heerenveen (KHN) werken samen, omdat het aantrekkelijk maken van Heerenveen voor beide partijen een belangrijk speerpunt is. Naast deze samenwerking staan beide partijen ook in contact met de gemeente over dit onderwerpen en dus zijn beide partijen op de hoogte van dit onderwerp.

Zowel de HOV als de KHN vinden het parkeerbeleid relevant voor hen als ondernemer. Beide vereniging merken bijvoorbeeld dat klanten druk ervaren tijdens het bezoek aan het centrum vanwege de parkeermeter die mogelijk afloopt. Klanten gooien volgens beide verenigingen niet graag meer geld dan nodig in de parkeermeter en dit heeft als gevolg dat bezoekers niet nog een rondje extra door het centrum lopen, of na het winkelen nog even een kopje koffie gaan drinken bij de horeca. De Albert Heijn in het centrum hoort van klanten zelfs dat klanten doorrijden naar omliggende dorpen, omdat de klanten gratis kunnen parkeren en geen tijdsdruk ervaren. Ook ligt merkt de Albert Heijn dat de parkeerdruk op bijvoorbeeld zaterdag heel hoog ligt en mensen gaan dan niet zoeken naar een parkeerplek, maar rijden door. De verenigingen stellen dus dat de huidige parkeervisie niet mee werkt aan het aantrekkelijker maken van het centrum. Een doel dat beide verenigingen wel beogen.

De verwachting van de ondernemers bij het veranderen van het parkeerbeleid zijn dat bezoekers minder (tijds)druk gaan ervaren tijdens het bezoek aan het centrum, waardoor de bezoekers wel de nog even de plaatselijke horeca gaan bezoeken en een extra kopje koffie met gebak nemen, of dat bezoekers nog even een extra rondje maken door het centrum. Dit zou goed zijn voor de omzet en daarnaast brengt dit ook al extra reuring en beweging in het centrum en dat is volgens de ondernemers voor de aantrekkelijkheid van het centrum al een stap in de goede richting.

De ondernemers zien het gratis parkeren als een goede oplossing. Er moet dan echter wel veel aandacht besteed worden aan de regulering. Supermarkten in het centrum willen namelijk wel dat de parkeerplaatsen daar vrij blijven voor mensen die boodschappen gaan doen. De supermarkten hebben dus liever geen langparkeerders, want hierdoor zullen de supermarkten klanten mislopen.

Om bovenstaande reden lijkt de optie om bepaalde dagdelen gratis parkeren te maken een beter idee volgens de ondernemers. Hierbij werd geopperd om 's ochtends de mogelijkheid te geven om gratis te parkeren en vanaf 12.00 uur dan betaald parkeren. Hierdoor verplaatst een deel van de bezoekers naar de ochtend waardoor 's middags deze parkeerplaatsen beschikbaar zijn voor andere bezoekers. Met deze regeling wordt de parkeerdruk beter verdeeld over de dag.

Als laatste optie noemen de ondernemers het blauwe zone parkeren. De voorzitter van de HOV noemt dit de beste optie voor de ondernemers van Heerenveen. Een Blauwe zone houdt in dat de bezoekers van Heerenveen gratis kunnen parkeren door middel van een blauwe schijf. Hierdoor zullen de bezoekers minder tijdsdruk door een aflopende parkeermeter. Ook wordt met de blauwe schijf de doorstroom gereguleerd door een maximale parkeerduur van 2 uren.

Mocht er een verandering optreden in het parkeerbeleid dan vinden de ondernemers het van belang dat er per parkeerterrein wordt gekeken naar waar behoefte aan is. De tip die de ondernemers de gemeente in ieder geval geven is dat het duidelijk en eenduidig moet zijn hoe bezoekers kunnen betalen. Dit is iets waar klanten vaak tegen aan lopen. De KHN en de HOV geven beide aan te willen bijdragen aan de kostendekking.

4.3 Gorredijk

In deze paragraaf staat Gorredijk centraal. Gorredijk is een plaats met zo'n 7400 inwoners en maakt deel uit van de gemeente Opsterland.



4.3.1 Type centrum

Het centrum van Gorredijk is wat compacter dan dat van Heerenveen. Overeenkomsten zijn de grote parkeergelegenheden aan de rand van het centrum en de supermarkten. Ook bestaan de voorzieningen overwegend uit Mode & Huishoudelijk. De horeca/Cultuur zit wel wat meer verspreid door het centrum.

4.3.2 Afwegingen/Effecten voor Gorredijk

De gemeente Opsterland kent in principe alleen vrij parkeren. Op een gegeven moment kwamen er veel klachten over lang parkeerders in het winkelgebied. De gemeente heeft de situatie toen bekeken en besloten dat het verstandig was om in te grijpen. Diverse straten in het winkelgebied zijn toen ingericht als Blauwe Zones. Op deze manier wordt er geprobeerd parkeerplaatsen beschikbaar te houden voor bezoekers. Er wordt gehoopt dat door de Blauwe Zones inwoners en werknemers uit het centrum de parkeerplaatsen niet meer de hele dag bezet houden. De handhaving van de Blauwe Zones wordt geregeld door de politie. De exacte kosten van het parkeren waren bij de gemeente niet beschikbaar. Er is wel bekend dat het onderhoud aan de Blauwe strepen en de borden worden uitgevoerd binnen reguliere onderhoudsbudgetten.

4.3.3. Afwegingen/Effecten ondernemers Gorredijk

Winkeliersvereniging WHI Gorredijk geeft aan op het moment last te hebben van een hoge parkeerdruk. Dit komt door bouwwerkzaamheden die plaatsvinden op en omdat er maar twee parkeerterreinen zijn. Door de bouwwerkzaamheden worden veel parkeerplaatsen bezet gehouden, waardoor deze parkeerplaatsen niet meer toegankelijk zijn voor bezoekers. Dit is uiteraard van tijdelijke aard.

De WHI geeft aan tevreden te zijn over het huidige parkeerbeleid. Parkeren in Gorredijk is gratis en de ondernemersvereniging denkt dat er daardoor niks is wat bezoekers ervan kan weerhouden om Gorredijk te bezoeken. Het gratis parkeren lijkt een positief effect te hebben, maar dit is nooit onderzocht. Door een blauwe zone te hanteren met een maximale parkeerduur van twee uren wordt wel de doorstroom van bezoekers goed gereguleerd. Toch geeft de WHI aan dat de gemeente meer handhaving zou moeten inzetten in de blauwe zone gebieden. Dit wordt volgens de WHI op dit moment te weinig worden gedaan, waardoor mensen te lang blijven staan en daardoor parkeerplaatsen bezet houden voor andere bezoekers.

4.4 Lemmer

In deze paragraaf staat Lemmer centraal. Lemmer is een plaats met zo'n 10.000 inwoners en maakt deel uit van de gemeente Fryske Marren.



4.4.1 Type centrum

De overeenkomsten tussen Heerenveen en Lemmer zijn dat de parkeergelegenheden aan de randen van het centrum liggen. Hier bevinden zich ook de supermarkten. Verder bestaat het centrum van Lemmer overwegend uit Horeca/Cultuur en heeft het minder Mode & Huishoudelijk dan Heerenveen. Dit komt mede doordat Lemmer vooral in de zomer een toeristische trekpleister is.

4.4.2 Afwegingen/Effecten voor Lemmer

Lemmer maakt geen gebruik van betaald parkeren, maar maakt gebruik van Blauwe Zones. De gemeente heeft hiervoor een bewust keuze gemaakt met als reden dat Lemmer maar een klein centrum heeft, waardoor parkeergeld vragen alleen maar zorgt voor meer kosten in plaats van opbrengsten. Daarnaast wil de gemeente het centrum zo aantrekkelijk mogelijk maken voor bezoekers en heeft Lemmer maar weinig parkeerplaatsen. Blauwe Zones zijn hierbij een goede manier om het parkeren te reguleren.

Op het moment zijn er twee grote parkeerterreinen in Lemmer, die rekening houden met langparkeerders. Het gaat hierbij om het grote parkeerterrein bij het Stationsplein, dat is opgedeeld in een Blauwe Zone en lang parkeer gebied. Het andere parkeerterrein is in zijn geheel bestemd voor langparkeerders. Deze twee parkeerterreinen liggen verder van het centrum af.

Centrum bewoners kunnen bij de gemeente een aanvraag voor een vrij heffing indienen. Hierbij kunnen deze bewoners dan met één auto per woonadres gratis in het centrum parkeren. Een negatief effect hiervan is dat winkeliers dit ook aanvragen. Aanvragen van winkeliers worden door de gemeente echter afgewezen, omdat dit de 'vriendelijkheid' van het centrum schaadt. Dit komt doordat het hele centrum dan alsnog vol zou staan met langparkeerders en er geen ruimte is voor bezoekers aan het centrum.

4.4.3. Afwegingen/Effecten ondernemers Lemmer

Ondernemersvereniging Lemmer (OVL) geeft aan het huidige beleid met Blauwe Zones als positief te ervaren. De OVL zegt betrokken te zijn bij de veranderingen en organiseren zelf speciale ledenavonden waarbij de gemeente ook wordt uitgenodigd.

De afgelopen jaren zijn de Blauwe Zone gebieden in Lemmer uitgebreid, ook hier is de OVL zeer tevreden mee. Dit betekent voor de ondernemers namelijk meer bezoekers, en dus ook meer omzet. Met de maximale parkeertijd van 2 uur blijft de doorstroming goed en komen er snel weer parkeerplaatsen vrij. Ook wordt er steeds beter rekening gehouden met langparkeerders. De gemeente gaat nog kijken naar eventuele ruimte voor langparkeerders. Er komen dus meer parkeerplaatsen voor langparkeerders bij.

Door de vrij heffing die bewoners van het centrum kunnen aanvragen zijn er ook veel ondernemers die dit proberen. De OVL geeft aan dat er wel eens geklaagd wordt door ondernemers omdat zij niet in aanmerking komen voor een vrij heffing, maar dat is het risico wat genomen moest worden. Dit zal over een tijdje opgelost zijn wanneer er meer parkeerplaatsen voor langparkeerders zijn.

4.5 Steenwijk

In deze paragraaf staat Steenwijk centraal. Steenwijk is een plaats met zo'n 19.000 inwoners en maakt deel uit van de gemeente Steenwijkerland.



4.5.1 Type centrum

Steenwijk lijkt qua centrum het meest op Heerenveen. Wederom liggen de parkeergelegenheden aan de randen van het centrum en bestaan de voorzieningen overwegend uit Mode &

huishoudelijk. Ook is er meer Horeca/Cultuur aanwezig, alhoewel dit wel wat meer door het centrum verspreid zit.

4.5.2 Afwegingen/Effecten voor Steenwijk

Het parkeren in het centrum van Steenwijk wordt gereguleerd door middel van Blauwe Zones, waarbij een maximale parkeerduur van twee uur wordt gehandhaafd. Op een iets grotere afstand van het centrum kan gratis worden geparkeerd.

De reden dat de gemeente heeft besloten het betaald parkeren af te schaffen, was van politieke aard. Tijdens de gemeenteraadsverkiezingen heeft een politieke partij veel reclame gemaakt voor het afschaffen van de parkeertarieven. Deze partij werd na de verkiezingen de grootste partij en heeft de verkiezingsbelofte uitgevoerd. Het idee van het gratis parkeren is toen bij de ambtelijke organisatie neergelegd en deze heeft het plan tot uitvoering gebracht.

Er zijn van te voren geen uitgebreide onderzoeken gedaan naar de effecten van het afschaffen van de parkeertarieven. Wel is er ambtelijk in beeld gebracht wat voor (negatieve) consequenties dit besluit zou kunnen hebben op financieel en verkeerskundig gebied. Blauwe Zones zijn toen ingevoerd om het gebruik van langparkeerders te voorkomen en het parkeren te reguleren.

De gemeente Steenwijkerland had een positief verschil op de algehele balans en had daarom geen zwaarwegend belang om te willen vasthouden aan de opbrengsten van het betaald parkeren. Daarom kon worden meegegaan in de politieke wens om tot afschaffen over te gaan. Het is voor de gemeente niet exact duidelijk wat de gevolgen zijn voor het centrum. Toch wordt er een aanzienlijk verschil bemerkt. De parkeerdruk op de parkeerplaatsen rondom de binnenstad is gestegen en ook de drukte op straat van bezoekers lijkt te zijn toegenomen. Al met al heeft de gemeente een positief gevoel over het afschaffen van de parkeertarieven in het centrum van Steenwijk.

4.5.3. Afwegingen/Effecten ondernemers Steenwijk

Stichting Steenwijk Vestingstad geeft aan zeer tevreden te zijn over het huidige parkeerbeleid. Ten tijde van het besluit bevond het centrum van Steenwijk zich in een negatieve spiraal. Dit kwam enerzijds door concurrent Meppel die een breder winkelaanbod had dan Steenwijk. De ondernemers zagen hun klanten langzaamaan vertrekken naar buurt steden om daar te gaan winkelen. De stichting heeft hierover veel contact gehad met de gemeente en is naar eigen zeggen erg betrokken geweest bij het besluit.

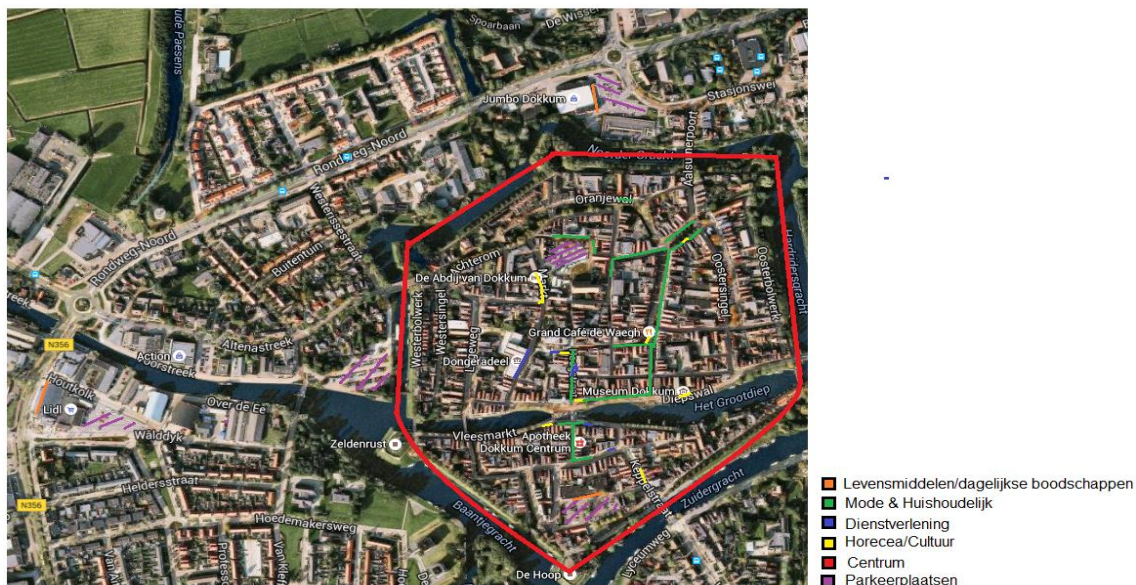
De ondernemers merken een positief effect. Klanten geven aan rustiger te kunnen winkelen, omdat zij geen druk meer ervaren van de parkeermeter. Daarnaast lijkt ook het aantal bezoekers van het centrum te zijn toegenomen. Dit betreft mensen uit Steenwijk zelf, maar de ondernemers krijgen ook steeds meer klanten van buiten Steenwijk uit bijvoorbeeld Havelte, die eerst voor Meppel kozen. Beide gevolgen zijn goed voor de omzet.

Het negatieve gevolg van langparkeerders is volgens de ondernemers goed opgevangen. Zo parkeren werknemers en inwoners van het centrum hun auto vaak buiten het centrum, zodat de parkeerplaatsen binnen het centrum beschikbaar zijn voor bezoekers.

De effecten van het nieuwe parkeerbeleid kunnen niet met cijfers worden onderbouwd, maar bestaan uit verhalen van klanten en komen naar voren bij vergaderingen en gesprekken tussen ondernemers onderling.

4.6 Dokkum

In deze paragraaf staat Dokkum centraal. Dokkum is een stad met zo'n 12.600 aantal inwoners en maakt deel uit van de gemeente Dongeradeel.



4.6.1 Type centrum

Dokkum heeft een compacte en historische binnenstad die gebouwd is op zandpaden en niet gemaakt is voor veel auto's. Het is een stad met veel stadswallen en smalle straatjes. Het centrum van Dokkum bestaat uit een klein winkelgebied met af en toe wat horecagelegenheden. Er zijn twee grote parkeerplaatsen in het centrum en op een supermarkt na worden de boodschappen buiten het hierboven aangemerkte centrum gedaan.

4.6.2 Afwegingen/Effecten voor Dokkum

Door het type centrum dat Dokkum heeft, is Dokkum niet geschikt voor veel auto's volgens de Gemeente Dongeradeel. Daarnaast is er ook een toename bemerkt in het aantal auto's in het centrum en om deze reden heeft de gemeente er voor gekozen om het parkeren in Dokkum niet gratis te maken.

Voorheen was het hele centrum van Dokkum betaald parkeren en voor het parkeren in de wijken rondom het centrum moest men een vergunning hebben. Daarnaast was de stad opgedeeld in ringen waarbij men in het centrum het meeste geld moest betalen voor een parkeerplaats. Hoe meer men buiten het centrum kwam hoe goedkoper het parkeren werd. Ook zat er verschil in hoe lang iemand op een bepaalde parkeerplaats mocht staan. Aan de rand van het centrum was het voor ongeveer €0,50 tot €1,- voor een hele dag parkeren.

De gemeente Dongeradeel zag dat het minder goed ging met de ondernemers in Dokkum en heeft daarom rekening gehouden met de middenstand tijdens het opstellen van de nieuwe parkeervisie.

Om deze reden is bij het nieuwe parkeerbeleid het parkeren aan de rand van het centrum gratis, net als op de parkeerterreinen 'de helling', 'de hurddraver', 'lutjebleek' en de parkeergarage 't panwurk' bij de Jumbo. Daarnaast heeft de Jumbo een eigen parkeerterrein met een blauwe zone van maximaal een uur parkeertijd en is het parkeren in het centrum tot 11.00 uur en na 18.00 uur gratis (behalve op vrijdag, na 21.00 uur). Op zondag is het parkeren ook gratis.

Voor het betaald parkeren in het centrum kunnen de bezoekers met de pinpas en met muntgeld betalen. Ook is sinds kort het zogeheten bel-parkeren geïntroduceerd in de binnenstad van Dokkum. Bij het Bel-parkeren kunnen bezoekers via de mobiel met een app achteraf betalen (via de bank). Deze manier van betalen wordt volgens de gemeente steeds meer gebruikt. De gemeente heeft ook aan het bel-parkeren een maximale parkeertijd van twee uren verbonden. Dit om de doorstroom te blijven reguleren.

De gemeente geeft aan zeer tevreden te zijn met het huidige beleid en de komende periode niets te veranderen.

4.6.3. Afwegingen/Effecten ondernemers Dokkum

Volgens de Ondernemers Vereniging Dokkum (OVD) hebben de ondernemers in het centrum van Dokkum last van een degressie. Dit houdt in dat de winst trapsgewijs lager uitvalt. Sinds de invoering van het nieuwe parkeerbeleid lijkt deze degressie te zijn afgenomen, echter de ondernemers hebben hier nog steeds last van.

Als rede van de degressie wordt aangedragen dat veel bezoekers van Dokkum niet uit Dokkum zelf komen, maar uit de buurt. In de omgeving van Dokkum zijn echter een aantal vergelijkbare centra als Burgum en Surhuisterveen die een vergelijkbaar winkelaanbod hebben, maar waar wel gratis geparkeerd kan worden. De ondernemers vermoeden dat veel bezoekers daarom kiezen voor deze centra. Daarnaast ligt de weg richting het centrum van Dokkum op het moment open, waardoor veel bezoekers ook uitwijken.

De OVD geeft aan in onderhandeling te zijn geweest met de gemeente. Zij hebben het veranderen van het parkeerbeleid aangekaart bij de gemeente en de gemeente heeft geprobeerd zoveel mogelijk rekening te houden met de ondernemers.

De OVD geeft aan dat het geheel vrij parkeren geen optie is in Dokkum. Wanneer dit zou worden ingevoerd zouden inwoners en werknemers van het centrum hun auto naast de deur parkeren waardoor deze parkeerplaatsen de hele dag bezet worden gehouden en dus niet meer beschikbaar zijn voor bezoekers. Dit is makkelijk op te lossen door van het gehele centrum een blauwe zone te maken met een maximale parkeerduur van twee uren. Hierdoor kan de doorstroom gereguleerd worden maar blijft het centrum gratis parkeren. Ook is dit de beste optie als wordt gekeken naar de omvang van Dokkum, het winkelaanbod in het centrum en de concurrenten Burgum en Surhuisterveen.

Sinds het nieuwe parkeerbeleid is in het centrum tot 11.00 uur gratis parkeren. De parkeerplaatsen zijn voor 11.00 uur beter bezet dan voorheen, maar het is moeilijk aan te geven of deze parkeerplaatsen bezet worden gehouden door bezoekers van Dokkum of bewoners die 's avonds na 18.00 uur hun auto naast de deur parkeren en 's ochtends voor 11.00 uur weer vertrekken naar

hun werk. Daarnaast zijn er maar weinig mensen die in plaats van 's middags door het nieuwe parkeerbeleid ineens voor 11.00 uur gaan winkelen merkt de OVD. Mensen zitten vast aan een bepaald ritme zoals 's ochtends de kinderen naar school brengen of sporten en gaan dit niet zomaar om gooien om te kunnen besparen op €1,- of €2,- aan parkeergeld.

Op het moment heeft Dokkum het centrum opgedeeld in parkeerzones in ringen waarbij de bezoeker midden in het centrum het meest betaald en naarmate de bezoekers meer buiten het centrum parkeren wordt het parkeren goedkoper. De rand van het centrum is gratis parkeren. Aangezien Dokkum niet een heel groot centrum heeft hoeven de bezoekers dan maar maximaal 5 minuten te lopen. Toch moet er in het centrum nog betaald worden voor het parkeren en heeft Dokkum geen goede concurrentie positie ten opzichte van Burgum en Surhuisterveen. Daarom pleit de OVD voor gratis parkeren met een blauwe zone met een maximale parkeerduur van 2 uren.

De OVD geeft aan dat parkeergeld de bezoekers niet weerhoudt van het bezoeken van een centrum, behalve wanneer er in de buurt een vergelijkbaar centrum is met een vergelijkbaar winkelaanbod waar het parkeren gratis of goedkoper is zoals in het geval van Dokkum; Surhuisterveen en Burgum. Daarnaast geldt dat de verhouding tussen het aantal voorzieningen en het parkeertarief ook erg belangrijk is. Wanneer dit niet in verhouding is zullen de bezoekers minder snel geld over hebben voor het parkeren.

Sinds het parkeren ook achteraf betaald kan worden door middel van het bel parkeren ervaren de bezoekers van Dokkum minder tijdsdruk. Toch zijn er in Dokkum nog veel (vooral oudere) mensen die nog geen bezit hebben over een smartphone en dus ook niet over de benodigde app voor het bel parkeren. Ook is het bel parkeren nog niet bij iedereen even populair dus wordt er maar weinig gebruik van gemaakt, aldus de OVD. Dit is zonde voor de parkeerplaatsen waarbij je alleen maar met het bel parkeren kunt parkeren. Deze parkeerplaatsen kunnen door de bezoekers die niet beschikken over een smartphone en/of applicatie al niet gebruikt worden.

4.7 Conclusie

Als er gekeken wordt naar het type centrum dan lijkt Steenwijk het meest op Heerenveen. Net als Heerenveen bestaat het centrum van Steenwijk overwegend uit Mode & Huishoudelijk. Het verschil tussen beide gemeenten is dat bij Steenwijk een sterke politieke wens bestond om de parkeertarieven af te schaffen en de impact op de begroting daaraan ondergeschikt is gemaakt. De impact op de begroting lijkt voor Heerenveen wel weer een belangrijke afweging. Bij de andere gemeenten lijkt vooral de regulering van het parkeren in het centrum de centrale afweging voor het behouden of afschaffen van de tarieven, waarbij de aard van het centrum een rol speelt (daarom wil Dokkum bijvoorbeeld niet afschaffen).

De plaatsen Gorredijk (gemeente Opsterland), Lemmer (Gemeente Fryske Marren) en Steenwijk (Gemeente Steenwijkerland) maken gebruik van Blauwe Zones. Bij alle drie de plaatsen zeggen zowel ondernemers als gemeente tevreden te zijn met dit beleid. De Blauwe Zones zorgen voor een regulering van de doorstroom van bezoekers en daarnaast worden de parkeerplaatsen niet bezet gehouden door bewoners en werkenden van het centrum. Door de ondernemers van Gorredijk, en Steenwijk wordt een toename in het aantal klanten bemerkt.

Heerenveen en Dokkum maken daarentegen wel gebruik van betaald parkeren. De gemeente Dongeradeel zegt zeer tevreden te zijn over het huidige parkeerbeleid van Dokkum en is niet van plan dit binnenkort weer aan te passen. De ondernemers van Dokkum vinden het nieuwe parkeerbeleid een verbetering en merken minder daling van de omzet dan voorheen. Toch pleiten de ondernemers van Dokkum voor gratis parkeren met Blauwe Zones, zodat hun concurrentiepositie met de buurt centra van Burgum en Surhuisterveen sterker wordt. Ook zeggen de ondernemers dat gratis parkeren volgens hen beter past bij Dokkum gezien de grootte van het centrum en het aantal voorzieningen. Ook de ondernemers van Heerenveen vinden dat het tijd is voor een nieuw parkeerbeleid. Zij geven aan veel omzet mis te lopen door het huidige parkeerbeleid. De ondernemers hebben in alle gemeenten dus een redelijk eenduidige voorkeur.

In de tabel hieronder worden de afwegingen en te verwachten effecten per gemeente nog eens op een rijtje gezet.

Plaats	Type Centrum	Kernafweging	(Verwachte) Effecten
Heerenveen	Winkelkern met aan de randen horeca en een aantal supermarkten.	<u>Gemeente:</u> regulering en financiële haalbaarheid. <u>Ondernemers:</u> Goed voor de lokale economie.	Verwacht -> Toename in aantal klanten en rustiger winkeland publiek.
Gorredijk	Overwegend winkels met sporadisch horeca en een drietal supermarkten aan de randen.	<u>Gemeente:</u> regulering. <u>Ondernemers:</u> goed voor de lokale economie.	Aantrekkelijker centrum
Lemmer	Overwegend Horeca met aan de randen supermarkten.	<u>Gemeente:</u> bereikbaarheid en aantrekkelijkheid voor bezoekers. <u>Ondernemers:</u> onbekend.	Beter gereguleerd aantrekkelijk centrum voor bezoekers
Steenwijk	Winkelkern met aan de randen horeca en een supermarkt.	<u>Gemeente:</u> Politiek besluit en financieel haalbaar. <u>Ondernemers:</u> Uit negatieve spiraal en goed voor de lokale economie.	Toename in aantal klanten en rustiger winkeland publiek.
Dokkum	Historisch centrum overwegend winkels.	<u>Gemeente:</u> centrum niet geschikt voor veel auto's, regulering. <u>Ondernemers:</u> gratis parkeren beter voor concurrentiepositie ten opzicht van buurt centra.	Regulering is goed nu, ondernemers merken minder sterke daling omzet maar verwachten met gratis parkeren een betere concurrentiepositie in te kunnen nemen.

5. De enquête uitkomsten

In dit hoofdstuk zijn de resultaten en de analyse van de enquête te vinden. De enquête is uitgezet onder de bezoekers van het centrum in Heerenveen en geeft weer wat de ervaringen van bezoekers zijn met het parkeren, de waardering die zij hebben voor het centrum, en de mate van acceptatie voor het betaald parkeren. Eerst zullen de resultaten getoond en besproken worden, vervolgens zullen deze resultaten worden geanalyseerd.

5.1 Resultaten enquête

Er zijn in totaal 305 enquêtes volledig ingevuld. Dit zorgt voor een betrouwbaarheid van 92% (dat wil zeggen dat de uitkomsten een mogelijke afwijking kunnen hebben van 8%, waarbij een afwijking van 5-10% geaccepteerd is voor een betrouwbaar beeld). Hieronder volgen de resultaten van de enquête. Deze resultaten worden per vraag weergegeven.

1. Geslacht

Man	36,07% (110)
Vrouw	63,93% (195)

2. Leeftijd

Er is hier gebruik gemaakt van een open vraag, vervolgens zijn de antwoorden gecategoriseerd in 5 verschillende categorieën.

18 - 25 jaar	26,23% (80)
26 - 40 jaar	22,95% (70)
41 - 65 jaar	41,31% (126)
65 +	7,54% (23)
Overig	1,97% (6)

De grootste leeftijdscategorie betreft de leeftijdscategorie '41 - 65 jaar'. De categorie 'Overige' geeft de respondenten weer die bij deze vraag een onjuiste leeftijd hebben ingevuld. Dit zijn er in totaal zes. De andere antwoorden van deze enquêtes zijn geanalyseerd en er waren voor de rest geen significante verschillen waardoor de gehele enquêtes wel bruikbaar waren.

3. Bent u een inwoner van de plaats Heerenveen?

Van de ondervraagden komt 46,89% uit de plaats Heerenveen. Dit komt overeen met 143 mensen. Een kleine meerderheid van de ondervraagden komt niet uit Heerenveen, dit betreft 162 mensen en dit is 53,11%.

Antwoordkeuzen	Reacties
3 à 5 keer per week	11,80% 36
1 à 3 keer per week	33,44% 102
1 à 2 keer per maand	39,34% 120
Zelden	15,41% 47
Totaal	305

4. Hoe vaak parkeert u in het stadscentrum van Heerenveen?

Het merendeel van de mensen parkeert 1 à 3 keer per week of 1 à 2 keer per maand in het centrum van Heerenveen

5. Hoe tevreden bent u met het aantal parkeerplaatsen in het stadscentrum van Heerenveen?

Antwoordkeuzen	Reacties
Zeer tevreden	6,89% 21
Tevreden	51,48% 157
Neutraal	26,89% 82
Ontevreden	13,11% 40
Zeer ontevreden	1,64% 5
Totaal	305

Van de 305 respondenten geven 45 aan niet tevreden te zijn met het aantal parkeerplaatsen. Een grote meerderheid, namelijk 85,26% van de respondenten, is neutraal tot en met zeer tevreden.

6. Kunt u altijd een parkeerplaats vinden ?

Antwoordkeuzen	Reacties
Altijd	25,66% 78
Meestal	54,28% 165
Soms	12,50% 38
Bijna niet	7,24% 22
Nooit	0,33% 1
Totaal	304

Een kwart van de respondenten heeft nooit moeite bij het vinden van een parkeerplaats. Een meerderheid, 54,28%, slaagt meestal in het vinden van een parkeerplaats. Er is slechts 1 respondent, die nooit een parkeerplaats kan vinden.

7. Hoe lost u het op als er geen parkeerplaats is?

Antwoordkeuzen	Reacties
▼ Rondjes rijden	19,74% 60
▼ Wachten tot er iemand weg gaat	14,14% 43
▼ Bij een andere parkeergelegenheid proberen in Heerenveen	50,33% 153
▼ Verder rijden naar een andere bestemming	8,55% 26
▼ Overige (geef nadere toelichting)	7,24% 22
Totaal	304

Als er geen plek vrij is, lost de helft (50,33%) dit op door verder te rijden naar een andere parkeergelegenheid in Heerenveen. Van de respondenten geeft 33,88% aan te blijven proberen en verder geeft 8,55% van de respondenten aan verder te rijden naar een geheel andere bestemming. Bij 'Overige' zijn de reacties gecategoriseerd in 3 categorieën: 1 er is altijd plaats, 2 ander vervoer gebruiken, 3 buiten het centrum parkeren.

3 aangepaste categorieën

Altijd plaats	27,27%	6
Alles weergeven • Bewerken • Verwijderen		
Ander vervoer	18,18%	4
Alles weergeven • Bewerken • Verwijderen		
buiten het centrum	13,64%	3
Alles weergeven • Bewerken • Verwijderen		
Ongecategoriseerd	40,91%	9
Alles weergeven		

De 9 reacties bij het hier bovenstaande kopje 'ongecategoriseerd' zijn niet serieus ingevuld en hierdoor onbruikbaar. De rest van de ingevulde vragen bij deze enquêtes zijn gecontroleerd en er is geconstateerd dat die wel bruikbaar zijn.

8. Hoe waardeert u:

	Ze er tevreden	Tevreden	Neutraal	Ontevreden	Ze er ontevreden	Weet niet/geen mening	Totaal	Gewogen gemiddelde
▼ Het winkelaanbod in Heerenveen	5,25% 16	46,56% 142	26,56% 81	15,74% 48	3,93% 12	1,97% 6	305	3,28
▼ De horeca gelegenheden in Heerenveen	8,85% 27	61,31% 187	19,34% 59	2,30% 7	0,98% 3	7,21% 22	305	3,53
▼ Andere voorzieningen in Heerenveen	4,26% 13	51,48% 157	29,51% 90	4,26% 13	0,33% 1	10,16% 31	305	3,25

Wat bij deze vraag vooral is opgevallen is dat mensen over het algemeen zeer te spreken zijn over de horecagelegenheden in Heerenveen. De meningen over het winkelaanbod zijn wat meer verdeeld. In deze categorie is 15,74% van de respondenten ontevreden. Het gewogen gemiddelde van de overige voorzieningen in Heerenveen is het laagst, maar dit komt vooral door hogere percentages bij neutraal en weet niet/geen mening.

9. Met welk doel parkeert u in het centrum?

Antwoordkeuzen	Reacties	
Om te winkelen	48,52%	148
Voor de horecagelegenheden	7,54%	23
Cultuur	0,66%	2
Familie/vrienden bezoeken	2,95%	9
Boodschappen doen	30,82%	94
Overige (geef nadere toelichting)	9,51%	29
Totaal		305

Van de respondent parkeert bijna de helft in het centrum. Van deze mensen parkeert een groot deel, namelijk 30,82%, met als doel om boodschappen te doen. Ruim 10% van de respondenten geeft aan te parkeren in het centrum om de horeca, cultuur of om familie/vrienden te bezoeken. Bij 'Overige' zijn er vier categorieën te maken: 1 bezoek aan het gemeentehuis, 2 meer van de genoemde opties, 3 sport en 4 werk. Er blijven twee onbruikbare reacties over.

gemeentehuis		6,90%	2
Alles weergeven • Bewerken • Verwijderen			
Meer van de genoemde		41,38%	12
Alles weergeven • Bewerken • Verwijderen			
sport		10,34%	3
Alles weergeven • Bewerken • Verwijderen			
werk		41,38%	12
Alles weergeven • Bewerken • Verwijderen			
Ongecategoriseerd		6,90%	2
Alles weergeven			

10. Wat vindt u van de tarieven van betaald parkeren?

Antwoordkeuzen	Reacties	
Te duur	27,21%	83
Duur	33,77%	103
Neutraal	28,20%	86
Goedkoop	6,23%	19
Heel goedkoop	1,31%	4
Weet niet/geen mening	3,28%	10
Totaal		305

Een meerderheid van 60,98% van de respondenten vindt de tarieven van het betaald parkeren duur of te duur. Van de respondenten vindt 7,5% de parkeertarieven goedkoop of heel goedkoop.

11. Heeft de hoogte van de parkeertarieven invloed op uw keuze voor het bezoeken van het centrum?

Antwoordkeuzen	Reacties	
Ja	48,52%	148
Nee	51,48%	157
Totaal		305

Hoewel de meeste bezoekers de tarieven te hoog vinden, blijkt bij deze vraag dat dit voor een kleine meerderheid geen reden is om het centrum niet te bezoeken. Een minderheid van 48,5% vindt het wel een reden om het centrum niet te bezoeken en zou wellicht wel komen als de tarieven worden afgeschaft.

12. Heeft de hoogte van de parkeertarieven ook invloed op de keuze van vervoersmiddel?

Antwoordkeuzen	Reacties	
Ja	40,66%	124
Nee	59,34%	181
Totaal		305

Een nog groter verschil dan bij de vorige vraag, ondanks de meerderheid die aangeeft dat ze de tarieven duur of te duur vinden, is er bijna 60% die zegt dat het geen invloed heeft op de keuze van vervoersmiddel, tegen 40% die hierom wel een ander vervoersmiddel kiest.

13. In sommige gemeenten is het betaald parkeren afgeschaft. Daarvoor in de plaats zijn blauwe zones gekomen. Vindt u dit voor Heerenveen ook een goed idee?

Antwoordkeuzen	Reacties	
Ja	80,00%	244
Nee	20,00%	61
Totaal		305

80% van de steekproef vindt de blauwe zones een goed idee. Bij de 20% die heeft aangegeven dit geen goed idee te vinden, gaven geënquêteerden op staat vooral op als reden dat het heel onhandig is vanwege de tijdsdruk die mensen kunnen ervaren.

14. Maak de zin af: Als de parkeertarieven zouden worden afgeschaft zou ik...

Antwoordkeuzen	Reacties	
vaker parkeren in Heerenveen.	49,84%	152
niets veranderen aan mijn parkeergedrag.	46,23%	141
minder vaak parkeren in Heerenveen (vanwege drukkere parkeerplaatsen).	3,93%	12
Totaal		305

Bijna 50% van de respondenten zegt vaker te zullen parkeren in Heerenveen als de parkeertarieven worden afgeschaft. Van de respondenten geeft 46,23% aan dat er voor hen helemaal niks zal veranderen.

15. Heeft u verder nog opmerkingen over het parkeren en de parkeertarieven in Heerenveen? Deze kunt u hieronder opnoemen.

De laatste vraag is nog een open vraag. Hier konden de respondenten eventueel nog een opmerking kwijt over het parkeren. De antwoorden zijn ingedeeld in 6 verschillende categorieën, het gaat in totaal over 60 reacties.

Blauwe zones

8 van de 70 reacties gingen over blauwe zones. De opmerkingen hierover variëren. Enerzijds geven respondenten aan dat de parkeertijd dan minimaal 2 uren moet zijn en er een oplossing bij moet komen voor langparkeerders (winkeliers etc.) en anderzijds geven respondenten aan vaak een snelle boodschap te doen en het verder geen probleem vinden te betalen voor het parkeren, maar voor het boodschappen niet willen betalen voor parkeren.

Het betalen

Er waren 13 reacties over het betalen. Bij deze categorie gaat het over alles wat betrekking heeft op het betalen. De opmerkingen worden overheerst door 'achteraf betalen'. Mensen vinden het vervelend vooraf te moeten bedenken hoelang zij willen parkeren en hebben hierdoor het gevoel dat zij gehaast de stad door moeten. De parkeer applicatie wordt ook genoemd, de gemeente zou hier gebruik van kunnen maken en dit promoten.

Ondernemers

Hier zijn ook weer uiteenlopende opmerkingen, 5 in totaal. Enerzijds dat de parkeertarieven niet goed zijn voor de ondernemers in het centrum. Anderzijds dat de aantrekkelijkheid van het centrum niet ligt bij de parkeertarieven maar bij de ondernemers zelf.

Parkeerruimte

De 14 opmerkingen over parkeren qua ruimtelijk inzicht zijn heel divers. Een aantal respondenten geeft aan dat het parkeren voor de fiets beter moet, een aantal geeft aan dat de parkeerplekken te nauw zijn en het parkeren in het centrum tijdens evenementen (een feest, kermis etc.) wordt als onprettig ervaren.

Parkeervergunning

De bewonersvergunningen en parkeervergunningen worden als te duur ervaren, geven 5 respondenten aan. Er is ook een respondent die aangeeft dat als de parkeertarieven afgeschaft worden, de mensen met een vergunning daarvoor zouden opdraaien met betrekking tot de kosten.

Parkeren gratis

Met 15 reacties de grootste categorie, deze opmerkingen gaan allemaal over dat het betaald parkeren gratis zou moeten zijn. Er wordt een voorbeeld herhaaldelijk genoemd, namelijk bij het treinstation. Als reden wordt genoemd dat het beter voor het centrum is, want dat loopt leeg.

5.2 Analyse resultaten enquête

De enquêteresultaten laten een aantal interessante verschillen/verbanden zien die in deze paragraaf verder worden geanalyseerd. Daarbij gaat het om verschillen tussen bewoners en bezoekers (5.2.1), mensen die verschillend hebben gereageerd op de vraag of het wel of niet impact heeft op hun keuze om het centrum te bezoeken (5.2.2), en verschillen tussen bezoekers met een verschillend doel (boodschappen of horeca/winkels) (5.2.3).

5.2.1 Het verschil tussen bewoners van Heerenveen en niet bewoners van Heerenveen

Van de respondenten geeft 46,89% (143) aan uit Heerenveen te komen, de andere 53,11% (162) is geen inwoner van Heerenveen. Er zijn opmerkelijke verschillen tussen deze 2 groepen in de steekproef.

Tevredenheid

De waardering van het winkelaanbod in Heerenveen laat een verschil zien tussen inwoners van Heerenveen en niet inwoners van Heerenveen, dat op 3 punten significant is. Zo geeft 52,47% van de niet inwoners aan tevreden te zijn met het winkelaanbod, wat significant hoger is dan de 39,86% van de inwoners. Juist onder de eigen bewoners heerst wat meer onvrede over het winkelaanbod. Hiervan geeft 23,08% aan ontevreden te zijn en 6,99% aan zelfs zeer ontevreden te zijn, dit is beide significant hoger dan bij de niet inwoners van Heerenveen.

Het winkelaanbod in Heerenveen							
	Ze er te v re de n	Te v re de n	Ne u t ra a l	On t e v re de n	Ze er on t e v re de n	We et n i e t/ g e e n m e n i n g	T o t a a l
Q3: Ja (A)	5,59% 8	39,86% 57 B	22,38% 32	23,08% 33 B	6,99% 10 B	2,10% 3	46,89% 143
Q3: Nee (B)	4,94% 8	52,47% 85 A	30,25% 49	9,26% 15 A	1,23% 2 A	1,85% 3	53,11% 162

De tarieven

Van de 143 respondenten die inwoner zijn van Heerenveen vindt 74,82% de parkeertarieven duur of te duur, terwijl de dit bij de andere respondenten beperkt blijft tot 48,77%. Het verschil, bij de antwoordoptie 'te duur', tussen de inwoners en niet inwoners is significant, het percentage van de inwoners is significant hoger dan dat van de niet inwoners. Zowel het aantal respondenten dat 'neutraal' denkt over de parkeertarieven, als het aantal respondenten dat de parkeertarieven ervaart als 'goedkoop', is bij de niet inwoners significant hoger dan bij de inwoners.

	Te duur	Duur	Neutraal	Goedkoop	Heel goedkoop	Weet niet/geen mening	Totaal
Q3: Ja (A)	36,36% 52 B	38,46% 55	18,18% 26 B	2,80% 4 B	0,70% 1	3,50% 5	46,89% 143
Q3: Nee (B)	19,14% 31 A	29,63% 48	37,04% 60 A	9,26% 15 A	1,85% 3	3,09% 5	53,11% 162
Totale aantal respondenten	83	103	86	19	4	10	305

Aard van het parkeren

Een meerderheid van de inwoners van Heerenveen parkeert in het centrum met als doel om boodschappen te doen. Op een tweede plek staat winkelen. Een grote meerderheid van de niet inwoners van Heerenveen parkeert in het centrum om te winkelen. Het aantal respondenten dat boodschappen doet en in Heerenveen woont is significant hoger dan het aantal van de niet inwoners van Heerenveen. Het aantal shoppers is bij de niet inwoners significant hoger dan bij de inwoners.

	Om te winkelen	Voor de horecagelegenheden	Cultuur	Familie/vrienden bezoeken	Boodschappen doen	Overige (geef nadere toelichting)	Totaal
Q3: Ja (A)	33,57% 48 B	4,20% 6 B	1,40% 2	2,10% 3	51,05% 73 B	7,69% 11 <i>Reacties</i>	46,89% 143
Q3: Nee (B)	61,73% 100 A	10,49% 17 A	0,00% 0	3,70% 6	12,96% 21 A	11,11% 18 <i>Reacties</i>	53,11% 162
Totale aantal respondenten	148	23	2	9	94	29	305

Inwoners van Heerenveen parkeren dus het vaakst in het centrum om boodschappen te doen. De meerderheid van de niet inwoners parkeert juist vaker in het centrum om te winkelen. Dit komt overeen met een eerdere bevinding, dat er onder inwoners van Heerenveen in vergelijking tot niet inwoners meer onvrede heerst over het winkelaanbod. Dit zou een indicatie kunnen zijn dat inwoners wellicht de boodschappen in Heerenveen doen, maar voor het winkelen een andere bestemming kiezen.

Invloed van de tarieven

Er is een significant verschil tussen het aantal mensen dat aangeeft dat de hoogte van de parkeertarieven invloed heeft op hun keuze van vervoersmiddel. Waarbij de niet inwoners 75,31% aangeeft dat de hoogte van parkeertarieven voor hen geen invloed heeft op de keuze van vervoersmiddel, is dit bij de inwoners van Heerenveen juist een minderheid met 41,26%. Het aantal respondenten dat aangeeft dat het wel invloed heeft op hun keuze is bij de inwoners van Heerenveen significant hoger dan bij de niet inwoners. Het aantal respondenten dat aangeeft dat het geen invloed heeft op hun keuze is bij de niet inwoners van Heerenveen significant hoger dan bij de inwoners.

	Ja	Nee	Totaal
Q3: Ja (A)	58,74% 84 B	41,26% 59 B	46,89% 143
Q3: Nee (B)	24,69% 40 A	75,31% 122 A	53,11% 162
Totale aantal respondenten	124	181	305

5.2.2 Invloed op de keuze om het centrum te bezoeken

De hoogte van de parkeertarieven heeft bij 48,52% (Ja) van de respondenten wel invloed op hun keuze om het centrum te bezoeken of niet. Bij 51,48% (Nee) heeft dit geen invloed op hun keuze. Toch zijn er tussen deze 2 groepen een aantal significante verschillen.

De tarieven

Het aantal respondenten, dat aangeeft dat de hoogte van de parkeertarieven geen invloed heeft op het bezoeken van het centrum en dat aangeeft 'altijd' een parkeerplaats kan vinden, is significant hoger dan bij de respondenten bij wie de hoogte van de parkeertarieven wel invloed heeft. Het aantal respondenten dat aangeeft dat de hoogte van de parkeertarieven wel invloed heeft op het bezoek van het centrum en dat aangeeft 'soms' een parkeerplaats te kunnen vinden, is significant hoger dan bij de respondenten bij wie de hoogte van parkeertarieven geen invloed heeft.

Er is dus een verschil tussen de ervaring van het vinden van een parkeerplaats tussen hen bij wie de hoogte van de parkeertarieven geen invloed heeft en hen bij wie het wel invloed heeft. De mensen bij wie het geen invloed heeft, hebben een positievere ervaring met het vinden van een parkeerplaats.

	Altijd	Meestal	Soms	Bijna niet	Nooit	Totaal
Q13: Ja (A)	19,05% 28 B	52,38% 77	18,37% 27 B	10,20% 15	0,00% 0	48,36% 147
Q13: Nee (B)	31,85% 50 A	56,05% 88	7,01% 11 A	4,46% 7	0,64% 1	51,64% 157
Totale aantal respondenten	78	165	38	22	1	304

Parkeerruimte en tevredenheid

Het aantal bezoekers dat verder rijdt naar een andere bestemming, is significant hoger bij de respondenten bij wie de hoogte van de parkeertarieven wel invloed heeft. Als er geen parkeerplaats beschikbaar is, wat zij bij wie het wel invloed heeft vaker ervaren dan bij wie het geen invloed heeft, wordt er sneller de keuze gemaakt om door te rijden naar een andere bestemming. Er heerst een significant hogere ontevredenheid onder de respondenten bij wie de

tarieven wel invloed heeft over het winkelaanbod, dan bij de respondenten bij wie de tarieven geen invloed heeft.

Blauwe zones

Bij de respondenten bij wie de hoogte van de tarieven geen invloed heeft is een significante meerderheid ten opzichte van de respondenten bij wie de tarieven wel invloed heeft, negatief over de keuze van blauwe zones in Heerenveen. Deze respondenten zijn minder te spreken over het idee van blauwe zones dan de respondenten bij wie de tarieven invloed heeft.

	Ja	Nee	Totaal
Q13: Ja (A)	87,84% 130 B	12,16% 18 B	48,52% 148
Q13: Nee (B)	72,61% 114 A	27,39% 43 A	51,48% 157
Totale aantal respondenten	244	61	305

5.2.3 Aard van het parkeren

Het winkelend publiek en de mensen die boodschappen doen, 'boodschappers', zijn de twee grootste groepen in het onderzoek. Om vergelijking te maken met betrekking tot de aard van het parkeren, zoals eerder genoemd in het conceptueel model, is er gekozen om vooral te focussen op deze 2 grote groepen. Het winkelend publiek bedraagt 53,62% (148) en de boodschappers bedraagt 34,06% (94) van de steekproef.

De tarieven

55,41% van het winkelend publiek geeft aan vaker te parkeren in het centrum als de tarieven worden afgeschaft, 50% van de boodschappers geeft aan dit ook te zullen doen. Er is geen opmerkelijk verschil tussen wat het winkelend publiek en boodschappers vinden van de parkeertarieven, beide groepen hebben een meerderheid die het 'duur' of 'te duur' vindt. Terwijl het winkelend publiek en de boodschappers beide laten weten de tarieven (te) duur te vinden, is er bij beide geen meerderheid die aangeeft dat de tarieven invloed hebben op de keuze om het centrum te bezoeken. Bij zowel het winkelend publiek als de boodschappers is het evenredig verdeeld.

Parkeerruimte

Bij een volle parkeerplaats rijdt het winkelend publiek significant vaker naar een andere parkeergelegenheid in Heerenveen dan de boodschappers. Daarnaast rijden de mensen die naar het centrum komen voor boodschappen significant vaker naar een andere bestemming, dan de mensen die naar het centrum komen om te winkelen. Deze verschillen geven aan dat het winkelend publiek meer welwillend is om meer moeite te doen voor een parkeerplaats dan bezoekers die komen om boodschappen te doen.

	Rondjes rijden	Wachten tot er iemand weg gaat	Bij een andere parkeergelegenheid proberen in Heerenveen	Verder rijden naar een andere bestemming	Overige (geef nadere toelichting)	Totaal
Q11: Om te winkelen (A)	17,69% 26	14,97% 22	55,78% 82 E	5,44% 8 E	6,12% 9 Reacties	53,45% 147
Q11: Voor de horecagelegenheden (B)	17,39% 4	4,35% 1	65,22% 15	8,70% 2	4,35% 1 Reacties	8,36% 23
Q11: Cultuur (C)	0,00% 0	0,00% 0	0,00% 0	0,00% 0	100,00% 2 Reacties	0,73% 2
Q11: Familie/vrienden bezoeken (D)	22,22% 2	11,11% 1	55,56% 5	0,00% 0	11,11% 1 Reacties	3,27% 9
Q11: Boodschappen doen (E)	22,34% 21	18,09% 17	38,30% 36 A	14,89% 14 A	6,38% 6 Reacties	34,18% 94
Totale aantal respondenten	53	41	138	24	19	275

Blauwe zones

81,08% van het winkelend publiek geeft aan dat zij blauwe zones een goed idee vinden voor Heerenveen, 86,17% van boodschappers vindt dit ook. In totaal vinden 225 van de 305 respondenten blauwe zones een goed idee voor Heerenveen.

Bezoekers die 1 à 3 keer per week parkeren zijn het meest ontevreden in alle vragen in de enquête. Het aantal respondenten dat boodschappen doet en 1 à 3 keer per week parkeert is significant hoger dan het aantal respondenten dat winkelt. De onvrede die er is rond de aard van het parkeren komt daarmee vooral bij de boodschappers vandaan. Onder hen is minder draagvlak voor het betaald parkeren dan onder winkelend publiek.

5.3 Conclusie

Uit de resultaten van de enquêtes valt af te lezen dat de bezoekers van het centrum van Heerenveen de parkeertarieven als (te) duur ervaren. Dit betekent niet automatisch dat de bezoekers het centrum vaker zullen bezoeken wanneer de parkeertarieven worden verlaagd of wanneer de parkeertarieven worden afgeschaft. De reden hiervan is dat de meeste bezoekers (ongeveer 75%) in het centrum komen voor hun dagelijkse of wekelijkse boodschappen en deze bezoekers niet vaker boodschappen gaan doen wanneer de parkeertarieven worden verlaagd of afgeschaft. Het afschaffen van de parkeertarieven heeft dus verder weinig invloed op de bezoekers die het centrum al bezoeken voor de boodschappen.

Wel kan het invloed hebben op mensen die Heerenveen maar weinig of niet bezoeken. Deze zullen het centrum van Heerenveen vaker bezoeken wanneer het parkeerbeleid aansluit bij het winkelaanbod. Daarnaast geeft zo'n 40% van bezoekers aan dat de hoogte van de parkeertarieven invloed heeft op de keuze van vervoersmiddel tegenover 60% die zegt dat de hoogte van parkeertarieven geen invloed heeft op de keuze van vervoersmiddel.

Blauwe zones worden door ongeveer 80% van de steekproef omarmd, omdat de meerderheid voor gratis parkeren is. Toch zitten er ook nadelen verbonden aan blauwe zones. Denk bijvoorbeeld aan de maximale parkeerduur. Wanneer het centrum van Heerenveen blauwe zones krijgt van maximaal 2 uren parkeerduur kunnen de bezoekers van Heerenveen die binnen deze blauwe zones parkeren het centrum maar maximaal 2 uren bezoeken. Bezoekers kunnen dan dus niet zelf bepalen hoe lang ze parkeren en kunnen alsnog druk ervaren van een aflopende parkeertijd, terwijl winkelende bezoekers hier liever geen rekening mee wilden houden.

Een belangrijke uitkomst van de enquête is dat achteraf betalen volgens de bezoekers het prettigst is. Op deze manier kunnen de bezoekers zelf bepalen hoe lang ze willen parkeren en kunnen ze de tijd nemen die ze nodig hebben. Er zal doordat de druk wegvalt van een aflopende parkeermeter ook minder stress ervaren worden bij de bezoekers.

6. Analyse

In dit hoofdstuk worden de verkregen gegevens geanalyseerd. Dit zal gebeuren aan de hand van het conceptueel model uit paragraaf 2.2.

6.1 Koppeling Conceptueel model en resultaten

Het conceptueel model is opgebouwd uit drie indicatoren: de vergelijking, de beleving en de begroting. Hieronder volgt een analyse per indicator.

6.1.1 De vergelijking

De eerste indicator van het conceptueel model is de vergelijking. Onder de vergelijking vallen: aard/aantal parkeerplaatsen, inrichting centrum en de parkeerdruk (%).

Aan de hand van het enquête onderzoek is onderzocht hoe tevreden inwoners en bezoekers zijn over de aard/aantal parkeerplaatsen. Dit is gedaan door de volgende vragen te stellen: "hoe tevreden bent u met het aantal parkeerplaatsen in het stadscentrum van Heerenveen?". Van de ondervraagden is 51,48% tevreden over het aanbod van parkeerplekken in het centrum van Heerenveen. De volgende vraag die als indicator gebruikt kan worden voor de tevredenheid van het aantal parkeerplaatsen is "kunt u altijd een parkeerplaats vinden?" hierbij kon 54.28 % van de ondervraagden meestal een plaats kon vinden en maar liefst 26 % kon altijd een parkeerplek vinden. Heerenveen voldoet hiermee aan een goede aard/aantal parkeerplaatsen.

Voor de inrichting van het centrum is een vergelijkingskader opgesteld. Deze vergelijking is met de gemeenten Steenwijk, Gorredijk, Lemmer en Dokkum. Voor wat betreft de indeling van het stadscentrum kan er worden geconcludeerd dat Heerenveen en Steenwijk het meeste op elkaar lijken.

Door het afschaffen van de parkeertarieven in Steenwijk is er een aanzienlijk verschil gemeten in drukte, het aantal bezoekers lijkt te zijn toegenomen. De overweging om de parkeertarieven af te schaffen was voor Steenwijk een makkelijke keuze, omdat de gemeente een positief verschil heeft op de algehele balans en daardoor niet in financiële problemen komt door het missen van de inkomsten van het parkeren.

Als Heerenveen wordt vergeleken met Gorredijk dan is de eerste overeenkomst dat de parkeerplaatsen in beide centra aan de rand zijn gevestigd. Daarnaast lijkt de verdeling van supermarkten op elkaar. De gemeente van Gorredijk, Opsterland, was voorheen ingedeeld met gratis parkeren, maar heeft dit aangepast. Dit is voornamelijk vanwege problemen bij het reguleren. Bezoekers zetten hun auto de hele dag op de parkeerplaatsen, waardoor er al snel te kort aan parkeerplekken kwam. In het interview met de ondernemersvereniging van Heerenveen komt naar voren dat zij ook bang zijn voor een dergelijke situatie. De gemeente Opsterland heeft het opgelost door blauwe zones in te voeren, hierbij zijn de bezoekers gebonden aan een maximale tijdsduur, in het geval van de gemeente Opsterland 2 uren. Door het invoeren van de blauwe zones is er constante doorstroming en is er sprake van voldoende parkeergelegenheid.

Voor Lemmer geldt bijna hetzelfde als bij Gorredijk. Het is namelijk zo dat er in Lemmer parkeergelegenheden zijn die rekening houden met de langparkeerders, deze parkeerplekken liggen aan de rand van het centrum. Zo kunnen langparkeerders hun auto voor de dag kwijt zonder de doorstroming in het centrum te verstoren.

Dokkum heeft besloten om de parkeertarieven niet af te schaffen. Het is voor Dokkum niet een geschikte keuze om over te gaan op gratis parkeren omdat het centrum niet ingericht is voor parkeren in het centrum. Dokkum heeft wel de beslissing genomen om de parkeergelegenheden buiten het centrum gratis te maken.

De vergelijking tussen de gemeenten geeft 2 verschillende keuzes weer. De gemeenten hebben ervoor gekozen om het parkeren buiten het centrum gratis te maken of in het centrum gebruik te maken van blauwe zones. Deze keuzes zijn vooral gebaseerd op het reguleren van het parkeren in het centrum en tegelijkertijd op het bieden van een parkeerplaats voor langparkeerders. De onderbreking van de doorstroming van parkeren in het centrum is voor sommige ondernemers een oorzaak van omzetverlies.

Ondanks de verschillende belevingen wijst de parkeerdruk (%) in alle gemeenten uit dat na het afschaffen van de tarieven of het invoeren van blauwe zones, er een aanzienlijke groei is ontstaan en dus dat de parkeerdruk is toegenomen. Het is echter wel zo dat deze groei niet statistisch onderbouwd kan worden.

6.1.2 De beleving

De tweede indicator van het conceptueel model is de beleving. Onder deze indicator vallen de beleving van de ondernemers en die van de inwoners/bezoekers van het centrum.

Uit de enquêtes is duidelijk geworden dat de bezoekers van het centrum van Heerenveen met een meerderheid vinden dat de parkeertarieven (te) duur zijn en een kleine minderheid van 48,5% van de respondenten geeft aan vaker te gaan parkeren als de tarieven worden afgeschaft. De ondernemers zijn van mening dat als de parkeertarieven worden afgeschaft, het hele centrum vol komt te staan en er geen doorstroming meer is. Dit zou ten koste gaan van hun klanten.

Tegelijkertijd vinden de ondernemers ook dat er iets aan de tarieven moet gebeuren, ze zijn te hoog en het maakt het centrum onaantrekkelijk. De parkeertarieven zijn door de gemeente ingevoerd om het parkeren te reguleren, als deze worden afgeschaft moet er een nieuwe vorm van regulering komen. Blauwe zones komen in zowel de enquêtes als de interviews herhaaldelijk terug. Alle gemeenten die worden gebruikt voor de vergelijking maken, voor zover bekend, met succes gebruik van blauwe zones. Niet alle gemeenten begonnen zoals Heerenveen met betaald parkeren, maar het zijn wel in alle gemeenten dezelfde onhandigheden en verstoringen die het doen veranderen. De blauwe zones zijn de perfecte manier om lang parkeerders, zoals inwoners en werknemers, te mijden als het gaat om het reguleren van gratis parkeerplaatsen.

Tijdens het afnemen van de enquêtes is opgevallen hoe positief mensen zijn over de horecagelegenheden in Heerenveen. Bijna 70% van de bezoekers geeft aan (zeer) tevreden te zijn met de horeca in het centrum. Over het winkelaanbod waren minder mensen tevreden. Als reden

hiervoor wordt de leegstand van panden genoemd en dat de parkeertarieven te hoog zijn voor een centrum als dat van Heerenveen. Ondernemers zelf ervaren ook dat er steeds meer leegstand is en zien mensen onder andere daarom naar een andere plaats gaan. Zij ervaren ook dat mensen de parkeertarieven te duur vinden. Ze zien liever niet dat het wordt afgeschaft omdat de parkeerdruk dan al hoog zou worden zonder de bezoekers van het centrum, en het bedoelde effect verloren gaat.

Omdat Heerenveen niet zoals Dokkum ervaring heeft met de concurrentie van vergelijkbare centra in de buurt speelt de rol van concurreren met naastgelegen plaatsen voor de winkels geen rol. De enige concurrentie die ondernemers in Heerenveen ervaren is die met supermarkten in plaatsen om Heerenveen. Omdat er in Heerenveen bij de Albert Heijn betaald parkeren geldt, zijn mensen sneller geneigd om naar een naastgelegen plaats te gaan, zoals Gorredijk of Wolvega, waar het parkeren wel gratis is. De eigenaar van Albert Heijn heeft ook aangegeven niet te willen dat de parkeertarieven worden afgeschaft omdat de plaatsen voor mensen die boodschappen doen dan verloren gaan aan lang parkeerders. In Gorredijk, een van onze gemeenten voor de vergelijking, wordt gebruik gemaakt van blauwe zones.

De beleving van de bezoekers is dus over het algemeen goed, over de horecagelegenheden beter dan over het winkelaanbod, maar ook over het winkelaanbod is een kleine meerderheid (zeer) tevreden en een kwart neutraal.

In Dokkum zijn de parkeertarieven niet afgeschaft maar aangepast, de blauwe zone gebieden zijn uitgebreid. Hoewel de ondernemers hier wel een lichte groei ervaren, wat ook kan komen door het bijtrekken van de economie, zijn ze nog niet helemaal tevreden over de regelingen van het parkeren. Zoals in de enquête ook naar voren is gekomen, blijkt dat mensen het als soms als vervelend ervaren dat er een tijdsdruk op ze ligt. Dokkum heeft 3 verschillende gebieden met een maximale parkeertijd en dit is niet langer dan 2 uren. Voor de langparkeerders zijn de grote parkeerplaatsen, die buiten het centrum liggen, geheel gratis. Het is dus van belang om rekening te houden met de maximale tijd die parkeerders wordt gegeven, met blauwe zones of met tarieven. Het wordt door mensen als onaangenaam ervaren als ze ver moeten lopen om gratis te kunnen parkeren.

De ondernemers in Heerenveen vinden het een goed idee om het parkeren in te delen in dagdelen, zoals Heerenveen ook al eens in een proef heeft gedaan. Door bijvoorbeeld het parkeren 's ochtends gratis te maken en de andere dagdelen te laten zoals ze zijn, wordt de mogelijkheid geboden om gratis te parkeren. Door deze manier van aanpakken verliest de gemeente niet alle parkeerinkomsten en kunnen ze de parkeerkosten ook terug dringen.

6.1.3 De begroting

De laatste indicator van het conceptueel model de begroting, onder de begroting zijn de inkomsten, uitgaven en de effecten van belang. Het betaald parkeren levert de gemeente rond de 2.200.433,95 euro per jaar op. De kosten die de gemeente heeft van het parkeren zijn 2.256.104,60 euro per jaar, maar daarvan is ook bijna 1 miljoen bijdrage aan de Algemene Dienst en de Algemene Reserve. Tot nu toe levert het parkeren de gemeente dus een direct effect op

voor haar begroting. Dit terwijl de mogelijk indirecte effecten niet direct zichtbaar zijn en niet makkelijk kunnen worden gemeten.

7. Conclusie & Aanbevelingen

In dit hoofdstuk worden conclusies getrokken uit de verzamelde data. Hieruit zullen de aanbevelingen volgen voor de gemeente Heerenveen die kunnen worden gebruikt door de opdrachtgevers van dit rapport.

7.1 Conclusie

In deze paragraaf zal door middel van een interpretatie van de antwoorden op de verschillende deelvragen een afgewogen antwoord worden gegeven op de hoofdvraag:

‘Welke effecten heeft het afschaffen/verlagen van de parkeertarieven op de aantrekkingskracht van het stadscentrum van Heerenveen en welke effecten heeft dit op de begroting van de gemeente Heerenveen?’

7.1.1 Beantwoording deelvragen

1. Is er een verband tussen het verlagen/afschaffen van parkeertarieven en het aantal bezoekers in het centrum?

Uit het theoretisch kader komt naar voren dat er mogelijk een verband bestaat tussen het afschaffen van de parkeertarieven en het aantal bezoekers in het centrum. Dit verband blijkt uit onderzoeken van onder andere Molenaar, Homan en uit een analyse van WPM Research & Consultancy. Ook verschillende buitenlandse onderzoeken aan dat het verlagen van parkeertarieven een positieve werking hebben op het aantal bezoekers van het centrum.

Het verband is onderzocht met behulp van een vergelijkingskader. Hierbij zijn vijf verschillende plaatsen, waaronder Heerenveen met elkaar vergeleken. Bij drie plaatsen, Steenwijk, Lemmer en Gorredijk, was het parkeren vrij. Daarnaast waren twee plaatsen bezig met een herziening van het parkeerbeleid dit waren Dokkum en Heerenveen. Relevante indicatoren om het verband te meten zijn tevredenheid van het centrum, indeling van het centrum, aard- en aantal parkeerplaatsen.

2. Wat zijn de (verwachte) effecten van het afschaffen van betaald parkeren in de geselecteerde cases?

Allereerst zijn er een aantal overeenkomsten in het aanbod parkeerplaatsen. Heerenveen lijkt hierin te vergelijken met Steenwijk. Gorredijk en Lemmer hebben overwegend kleinere centra. De behoefte voor het parkeren is wel hetzelfde bij de vier plaatsen.

Ook zijn er veel overeenkomsten in de verwachte of bemerkte verschillen. Zo verwachten de ondernemers van Heerenveen een toename in aantal klanten en merken de ondernemers van zowel Steenwijk als Gorredijk deze toename. In Dokkum kan niet gratis geparkeerd worden, maar met de verandering in het parkeerbeleid merken de ondernemers wel al een kleine positieve verandering.

Steenwijk heeft dus een toename bemerkt in het aantal klanten ook van buiten af. Voor Heerenveen zou dit ook verwacht kunnen worden.

3. Wat zijn de verwachtingen van belanghebbenden in Heerenveen over het verlagen/afschaffen van parkeertarieven?

De belanghebbenden in Heerenveen zijn opgesplitst in Bezoekers en Ondernemers. Van de bezoekers vindt een meerderheid dat de parkeertarieven in Heerenveen te hoog zijn. Dit blijkt uit de enquête. Ook blijkt uit de enquête dat mensen het verlagen of afschaffen van de parkeertarieven een goed idee vinden en van deze mensen geeft 48,5% aan dan ook vaker het centrum te gaan bezoeken.

Ondernemers verwachten dat meer mensen het centrum gaan bezoeken, wanneer de parkeertarieven worden afgeschaft. Meer klanten betekent voor de ondernemers ook een hogere omzet. De ondernemers zijn wel voor regulering van het parkeren door middel van Blauwe Zones of dagdelen gratis parkeren. Geheel gratis parkeren kan er toe leiden dat supermarkten geen verschil gaan merken in het aantal klanten. Ook verwachten de ondernemers een verbetering van het centrum, wanneer de mogelijkheid tot achteraf betalen overal wordt ingevoerd.

4. Wat voor effect heeft het afschaffen/verlagen van de parkeertarieven op de begroting van de gemeente Heerenveen?

De precieze kosten en baten van het betaald parkeren in het centrum zijn niet bekend bij de gemeente. Wanneer het parkeren in Heerenveen echter afgeschaft zou worden, moet dat voor alle gebieden in Heerenveen gebeuren in verband met de regulering. Het betaald parkeren levert de gemeente Heerenveen 2.200.433,95 euro op per jaar. De kosten van het parkeren bedragen 2.256.104,60 euro per jaar, waarvan ongeveer 1 miljoen een bijdrage is aan de Algemene Dienst/Algemene Reserve. Bij het afschaffen van de parkeertarieven loopt de gemeente dus zo'n 2,2 miljoen euro mis, maar de kosten zullen nog steeds ongeveer 1 miljoen blijven.

Wanneer het betaald parkeren wordt opgedeeld in dagdelen, waarbij 's ochtends gratis geparkeerd kan worden en 's middags betaald, dan zou de gemeente minimaal 325.000 euro per jaar mislopen, wanneer er tot vanaf 11.00 uur betaald moet worden voor het parkeren op maandag tot en met vrijdag en maximaal 568.750 euro per jaar wanneer er vanaf 12.00 uur betaald moet worden op maandag tot en met zaterdag.

5. Welke afwegingen kunnen een rol spelen bij het innemen van een standpunt over het afschaffen/aanpassen van de parkeertarieven?

Er zijn verschillende afwegingen die een rol kunnen spelen bij het innemen van een standpunt over het afschaffen/aanpassen van parkeertarieven. De twee belangrijkste afwegingen die voor de gemeente naar voren komen, zijn de financiering en de regulering van het parkeren. Aan de ene kant moet het afschaffen/verlagen van de parkeertarieven financieel haalbaar zijn en aan de andere kant moet het parkeren ook gereguleerd worden om chaos te voorkomen. Voor ondernemers is het van belang om een gezonde concurrentie

positie te kunnen handhaven ten opzichte van buurtplaatsen en daarnaast moeten de parkeertarieven goed zijn voor de lokale economie.

7.1.2 Beantwoording Hoofdvraag

Bij het afschaffen van de parkeertarieven wordt er een toename verwacht in het aantal bezoekers van het centrum van Heerenveen, dit levert vooral indirecte voordelen op. Dit kost de gemeente echter wel de inkomsten van het parkeren. Bij het verlagen van de parkeertarieven wordt er verwacht dat mensen de parkeertarieven als minder duur gaan ervaren. Er zal dan nog steeds een verlaging zijn van de inkomsten, maar maar met een beperkte impact.

7.2 Aanbevelingen

Uit het onderzoek blijkt dat als in het centrum de parkeertarieven worden afgeschaft een toename in het aantal bezoekers kan worden verwacht. Dat heeft zowel een aantal directe als indirecte, en zowel financiële als niet-financiële effecten. De te verwachten directe positieve effecten zijn: meer bezoekers, meer levendigheid in het centrum. Een negatief financieel effect is dat de gemeente inkomsten misloopt. Daartegenover staat dat er een aantal indirecte niet-financiële effecten optreden: meer omzet voor winkeliers, een betere concurrentiepositie ten opzichte van andere centra, en nog indirecter, meer werkgelegenheid en wellicht een besparing in investering in het centrum. De gemeente dient hierin zelf een afweging te maken en heeft verschillende opties.

De meest vergaande optie is het **afschaffen van het betaald parkeren**, dit heeft ook de grootste impact op de begroting. De gemeente loopt dan ongeveer 2 miljoen aan inkomsten mis, waarvan na aftrek van de kosten, bijna een 1 miljoen niet langer toegevoegd kan worden aan de reserves.

Een tweede optie is het **verlagen van de tarieven**, waarmee de gemeente tegemoet komt aan de beleving van inwoners dat de tarieven te hoog zijn. Dit zal ook een lichte verbetering van de concurrentiepositie tot gevolg hebben en heeft minder impact op de begroting. Daarmee is het financieel beter op te brengen. Deze effecten zijn niet nader onderzocht.

Een derde optie is om te kiezen voor een aanpassing in de wijze van betalen of het op een alternatieve manier reguleren van het parkeren. Hieronder wordt een aantal mogelijkheden besproken:

- **Achteraf betalen:** De gemeente kan er ook voor kiezen om ervoor te zorgen dat men overal achteraf kan betalen. Klanten hoeven dan geen rekening te houden met een aflopende parkeermeter en kunnen rustig hun gang gaan. De gemeente moet over deze parkeergelden echter wel btw afdragen. Hierbij gaat het om parkeren achter een slagboom. Er zijn ook andere mogelijkheden om achteraf te betalen, bijvoorbeeld via belparkeren. Hierbij moet echter wel weer gedacht om twee zaken. Ten eerste kan het zijn dat niet iedereen de mogelijkheid heeft om via de mobiel te betalen en ten tweede is het voor supermarkten niet gunstig wanneer men hier lang kan parkeren. Bij volle parkeerplaatsen rijden klanten van de supermarkten namelijk door. Het achteraf betaald parkeren verbetert de concurrentiepositie niet, en zal vermoedelijk niet tot meer bezoekers leiden, maar komt wel tegemoet aan een belangrijke wens/ergernis van de bezoekers.
- **Blauwe Zones:** De gemeente kan ook kiezen voor het reguleren door middel van Blauwe Zones, locaties waar maximaal twee uur gratis geparkeerd kan worden. Dit gunstig voor de

ondernemers en dus voor de lokale economie, omdat er een toename van het aantal bezoekers wordt verwacht. Dit heeft echter wel tot gevolg dat de gemeente inkomsten misloopt. Beide ondernemersvereniging hebben gezegd bij te willen dragen in de kosten, dus hiervoor is overleg mogelijk. Een andere mogelijkheid bij de Blauwe Zones is om dit gedeeltelijk in te voeren, bijvoorbeeld rondom supermarkten.

- **Dagdelen vrij parkeren** : Een derde optie is om de ochtenden gratis te maken voor wat het parkeren betreft. Er is dan mogelijkheid om gratis te parkeren en dat kan voor een toename aan klanten zorgen. Er is echter niet bekend of mensen dan vaker het centrum bezoeken, of dat ze op een ander moment het centrum bezoeken. De bedragen van de misgelopen opbrengsten liggen bij deze verandering lager dan bij het geheel afschaffen van het betaald parkeren en ook de regulering is nog steeds mogelijk. Dit kost de gemeente minimaal 325.000 euro en maximaal 568.750 euro door het mislopen van inkomsten.
- **Parkeerzones Centrum**: De laatste aanbeveling betreft een herindeling van de zones voor parkeren in het centrum van Heerenveen. Daarmee zou aangesloten kunnen worden bij het doel van de gebruiker: kortdurend gratis parkeren voor de mensen die boodschappen willen doen en langduriger betaald parkeren voor winkelend publiek. Op de parkeerterreinen bij de supermarkten wordt bij deze optie overgegaan op gratis parkeren achter een slagboom. Hierbij kan men maximaal anderhalf à twee uur parkeren en gratis uitrijden met de verkregen kassabon. Op de overige parkeerterreinen wordt de mogelijkheid gegeven tot achteraf betalen. Dit kan bijvoorbeeld via het belparkeren, maar wanneer men deze optie niet kan gebruiken, kan men parkeren in de Geert Willigengarage waar men met pin/munt kan betalen. Bij deze optie kan men er toe besluiten de parkeertarieven te verlagen, aangezien een meerderheid van de bezoekers de parkeertarieven als (te) duur ervaart. Op deze manier wordt tegemoet gekomen aan de wensen van de gebruikers van de parkeerplaatsen en blijft het verlies aan inkomsten beperkt.

Literatuurlijst

- Bovens, M., 't Hart, P., & van Twist, M. (2012). *Openbaar bestuur beleid, organisatie en politiek*. Deventer: Kluwer a Wolters kluwer business.
- Centrum Parkeren. (z.j.). *Parkeren Heerenveen*. Opgehaald van Centrum parkeren: Heerenveen: <http://www.centrumparkeren.nl/heerenveen>
- Cowen, T. (2010, augustus 14). *Free parking comes at a price*. Opgehaald van The New York Times: http://www.nytimes.com/2010/08/15/business/economy/15view.html?_r=0
- De Graaf, P. (2016, mei 26). Effecten afschaffen parkeertarieven met gemeente Dongeradeel. (M. Woudstra, & J. Terpstra, Interviewers)
- De Vocht, A. (2011). *SPSS 19 IBM statistics*. Utrecht: Bijleveld Press.
- Gemeente Heerenveen. (2015, juni 17). *Kosten en opbrengsten parkeren*. Heerenveen, Friesland : Gemeente Heerenveen. Opgehaald van Gemeente Heerenveen.
- Gemeente Heerenveen. (2016). *inkomstenverdeling*. Heerenveen, Friesland : Gemeente Heerenveen.
- Homan, T. (2009). *Parkeren en Gedrag*. Twente : BonoTraffics Bv.
- Koning, C. (2016, juni 15). Effecten afschaffen parkeertarieven met KHAVN, afdeling Heerenveen. (H. Waterlander, Interviewer)
- Mruk . (2015). *Assessing the impact of car parking charges on town centre footfall*. Welsh Government .
- Mruk. (2015). *Assessing the impact of car parking charges on town centre footfall*. Welsh: Welsh Government .
- Reinders, B. (2016, juni 1). Effecten afschaffen parkeertarieven met OV Dokkum. (M. Woudstra, & J. Terpstra, Interviewers)
- ruimtelijkeplannen. (2016, mei 19). *bestemmingsplannen*. Opgehaald van ruimtelijkeplannen.nl: <http://www.ruimtelijkeplannen.nl/web-roo/roo/bestemmingsplannen?tabFilter=JURIDISCH>
- Technical Committee on Transport. Action 342. (2005). *Parking policies and the effects on economy and mobility*. COST action 342 .
- Tolman, T. (2016, april 21). Effecten afschaffen parkeertarieven AH, ondernemersvereniging Heerenveen. (M. Woudstra, & H. Waterlander, Interviewers)
- Tymstra, B. (2016, juni 15). Effecten afschaffen parkeertarieven met gemeente Fryske Marren. (J. Terpstra, Interviewer)

Van Meel, R. (2016, juni 22). Effecten afschaffen parkeertarieven met Stichting Vestingstad. (H. Waterlander, Interviewer)

Venhuizen, K. (2016, juni 15). Effecten afschaffen parkeertarieven met Steenwijkerland. (H. Waterlander, Interviewer)

Wijnstok, R. (2016, juni 16). Effecten afschaffen parkeertarieven Gorredijk: met Ondernemersvereniging . (R. Zweet, Interviewer)

Winkel, B. (2016, juni 22). Effecten afschaffen parkeertarieven Gorredijk. (R. Zweet, Interviewer)

Bijlage I - Enquête

* 1. Geslacht

* 2. Leeftijd

* 3. Bent u een inwoner van de plaats Heerenveen?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

* 4. Komt u wel eens in Heerenveen?

- ☐ Zelden/nooit
- ☐ 1 à 2 keer per maand
- ☐ 1 à 3 keer per week
- ☐ 3 à 5 keer per week

5. Hoe vaak parkeert u in het stadscentrum van Heerenveen?

- ☐ 3 à 5 keer per week
- ☐ 1 à 3 keer per week
- ☐ 1 à 2 keer per maand
- ☐ Zelden/nooit

* 6. Parkeert u wel eens in het stadscentrum van Heerenveen?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

7. Hoe tevreden bent u met het aantal parkeerplaatsen in het stadscentrum van Heerenveen?

- ☐ Zeer tevreden
- ☐ Tevreden
- ☐ Neutraal
- ☐ Ontevreden
- ☐ Zeer ontevreden

8. Kunt u altijd een parkeerplaats vinden ?

- ☐ Altijd
- ☐ Meestal
- ☐ Soms
- ☐ Bijna niet
- ☐ Nooit

9. Hoe lost u het op als er geen parkeerplaats is?

- ☐ Rondjes rijden
- ☐ Wachten tot er iemand weg gaat
- ☐ Bij een andere parkeergelegenheid proberen in Heerenveen
- ☐ Verder rijden naar een andere bestemming
- ☐ Overige (geef nadere toelichting)

* 10. Hoe waardeert u:

	Zeer tevreden	Tevreden	Neutraal	Ontevreden	Zeer ontevreden	Weet niet/geen mening
Het winkelaanbod in Heerenveen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
De horeca gelegenheden in Heerenveen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Andere voorzieningen in Heerenveen	☐	☐	☐	☐	☐	☐

* 11. Met welk doel parkeert u in het centrum?

- ☐ Om te winkelen
- ☐ Voor de horecagelegenheden
- ☐ Cultuur
- ☐ Familie/vrienden bezoeken
- ☐ Boodschappen doen
- ☐ Overige (geef nadere toelichting)

* 12. Wat vindt u van de tarieven van betaald parkeren?

- ☐ Te duur
- ☐ Duur
- ☐ Neutraal
- ☐ Goedkoop
- ☐ Heel goedkoop
- ☐ Weet niet/geen mening

* 13. Heeft de hoogte van de parkeertarieven invloed op uw keuze voor het bezoeken van het centrum?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

* 14. Heeft de hoogte van de parkeertarieven ook invloed op de keuze van vervoersmiddel?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

* 15. In sommige gemeenten is het betaald parkeren afgeschaft. Daarvoor in de plaats zijn blauwe zones gekomen. Vindt u dit voor Heerenveen ook een goed idee?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

* 16. Maak de zin af:

Als de parkeertarieven zouden worden afgeschaft zou ik...

- ☐ vaker parkeren in Heerenveen.
- ☐ niets veranderen aan mijn parkeergedrag.
- ☐ minder vaak parkeren in Heerenveen (vanwege drukke parkeerplaatsen).

17. Heeft u verder nog opmerkingen over het parkeren en de parkeertarieven in Heerenveen? Deze kunt u hieronder opnoemen.

Bijlage II - Interviewprotocollen

Interview Protocol Gemeente Steenwijkerland, De Fryske Marren, Opsterland

Algemeen

- Opening / bedanken voor de tijd
- Kleine samenvatting/ inleiding over het onderzoek en wie de opdracht gever is
- Toestemming vragen om het interview op te nemen

Proces

1. *Waarom heeft u , als gemeente, besloten om het betaald parken af te schaffen? Hoe verliep dit proces?*
 - a. Hoe heeft u dit proces doorgevoerd
 - b. Wat voor onderzoek ging eraan vooraf

Verbanden en Effecten

2. *Is er een verband tussen het verlagen/ afschaffen van parkeertarieven en het aantal bezoekers in het centrum?*
 - a. Wat voor verband is er dan
 - b. Hoe is dit verband vastgesteld
3. *Zijn de verwachte effecten met het afschaffen van betaald parken behaald?*
 - a. In positieve zin of negatieve zin
4. *Wat voor effect heeft het afschaffen gehad op de begroting van de gemeente?*
 - a. Hoe heeft u dit effect op de begroting gecompenseerd

Afwegingen

5. *Welke afwegingen heeft u allemaal meegenomen in het proces om de parkeertarieven af te schaffen ?*
 - a. Bent u ook nog ergens tegen aan gelopen in dit proces wat u niet had voorzien
 - b. Waar ben u het meest tevreden over en waar het minst

Afsluiting

- Samenvatten wat de respondent heeft verteld.
- Aangeven wat er met de resultaten gebeurt.

Interviewprotocol Ondernemers Gorredijk, Lemmer, Steenwijk, Dokkum

Opening

- Kennismaken
- Bedanken voor de tijd

- Toestemming vragen om interview op te nemen
- Aangeven dat we onderzoek doen en wie de opdrachtgever is

Parkeerbeleid

1. *Wat vindt u van het huidige parkeerbeleid?*

Invloed

2. *Heeft u geprobeerd invloed uit te oefenen op het parkeerbeleid?*
 - a. Ja → Hoe?
 - b. Nee → Waarom niet?

Verwachting

3. *Welke verwachtingen had u van het verlagen/afschaffen van de parkeertarieven?*
4. *Wat is het effect? (parkeerdruk, toename klanten, toename omzet)*
5. *Waar baseert u dit op? (cijfers, verhalen, gevoel)*

Afsluiting

- ❖ Samenvatten wat de respondent heeft verteld
- ❖ Aangeven wat we met de resultaten gaan doen

Interview Gemeente Dongeradeel

Algemeen

- Opening / bedanken voor de tijd
 - Kleine samenvatting/ inleiding over het onderzoek en wie de opdrachtgever is
 - Toestemming vragen om het interview op te nemen
1. De gemeente denk na over het afschaffen van parkeertarieven, wat is de reden om dit te veranderen?
 2. Hoever bent u al in het proces en kunt u misschien stap voor stap uitleggen wat er allemaal voor nodig is om dit proces om te zetten in een resultaat?
 - a. Wat voor onderzoek heeft doet u?
 3. Waar twijfelt u nog het meest over om het wel/niet betaald parkeren af te schaffen?
 4. Wat zijn de verwachte effecten bij het afschaffen van de parkeertarieven ?
 - a. Is er een verband tussen het verlagen/ afschaffen van parkeertarieven en het aantal bezoekers in het centrum
 5. Heeft dit grote invloed op de begroting ?
 - a. Hoe wilt u dit te kort compenseren ?
 6. Wat is het grootste struikelblok in dit proces?

Afsluiting

- Samenvatten wat de respondent heeft verteld.
- Aangeven wat er met de resultaten gebeurt.

Interviewprotocol HOV & KHVN afdeling Heerenveen

Opening

- Kennismaken
- Bedanken voor de tijd

- Toestemming vragen om interview op te nemen
- Aangeven dat we onderzoek doen en wie de opdrachtgever is

Checken voorkennis respondent

1. Bent u op de hoogte van de herziening van het parkeerbeleid en de parkeertarieven?
 - a. Doorvragen: hoe bent u op de hoogte gekomen, binnen welke gremia overlegt hij hierover
2. Vindt u het parkeerbeleid relevant voor hen als ondernemer? Waarom wel/niet?)
3. Heeft u zicht op parkeerdruk?

Invloed

4. *Heeft u geprobeerd invloed uit te oefenen op het parkeerbeleid?*
 - a. Ja → Hoe?
 - b. Nee → Waarom niet?

Verwachtingen

5. Welke verwachtingen heeft hij van een evt afschaffen of verlagen van de tarieven.
 - a. Waarop baseert u dat? (horen zeggen, eerdere ervaringen, eigen inzichten, collega's)
6. Wat is het effect in termen van parkeerdruk, omzet, toename klanten etc.

Afsluiting

- Inzichten uit het gesprek kort samenvatten
- Aangeven wat je met de resultaten gaat doen (krijgt hij nog een verslag?)

Bijlage III – Overzicht kosten en opbrengsten parkeren

Overgenomen uit de notitie: technische rapportage saldi parkeren 2012-2015.

Datum	Gebruiker	Bedrijfscode	Dienstjaar	Periode	Van	Inkomsten/Uitgaven/Saldo				
08-02-16	09:30 JOHNW1	10	2015			0	5			
Grootboeknummer	Bedrijf	Omschrijving	Type	Bedrag	Restant	Bedrag	Begroet	Bedrag	Werkelijk	Kredietbeheerder
1	62151012	10 Handhavingskosten	Betaald	Parkeren(K)	G	3.252,87	65.000,00	51.747,13	J.Palsma	
2	62151013	10 Onderzoek	Betalingsgraad	Vervanging	Vernieling(K)	G	600,00	0.200,00	6.600,00	J.Palsma
3	62151014	10 Voorziening	Isicolen	Invoorzien(K)	G	5.957,34	5.500,00	9.542,66	J.Palsma	
4	62151016	10 Verzekeringen(K)			G	178,06	4.600,00	4.421,94	J.Strijker	
5	62151017	10 Belastingen(K)			G	605,32	4.000,00	8.605,32	A.vanLier	
6	62151019	10 Energiekosten	Parkeergarage	GW-plein(K)	G	978,51	6.500,00	22.521,49	P.veldenthuis	
7	62151020	10 Kosten	Parkeergarage	GW-plein(K)	G	684,73	5.600,00	24.915,27	J.Palsma	
8	62151021	10 Onderhoud	Door Gemeente	Bedrijf(K)	G	392,81	0.900,00	9.292,81	Sj.v.d.Meer	
9	62151022	10 Beheer	Afsluiten	Centrum(K)	G	0.500,00	0.500,00	0.000,00	S.A.vanDerWeg	
10	62151024	10 Vergunningen(K)			G	126,50	5.500,00	3.373,50	J.Palsma	
11	62151025	10 Huisvestingslasten(K)			G	496,40	5.300,00	20.803,60	J.Palsma	
12	62151026	10 Beheer	Onderhoud	Straatapparatuur(K)	G	7.638,90	6.000,00	3.638,90	J.Palsma	
13	62151027	10 Kosten	Molenplein(K)		G	768,02	5.400,00	9.631,98	J.Palsma	
14	62151028	10 Parkeren	Sportstad	2015(K)	G				J.Palsma	
15	62151030	10 Bijdrage	Algemene	Dienst(K)	G		8.000,00	8.000,00	J.Palsma	
16		10 Fietsparkeren(K)								
17	62151059	10 Storting	Algemene	Reserve(K)	G		50.000,00	50.000,00	J.Palsma	
18	62151060	10 Storting	Reserve	Betaald	Parkeren(K)	G				J.Palsma
19	62151061	10 Kapitaallasten	Parkeergarage(K)		G		74.610,00	74.610,00	Concernfinancien	
20	62151062	10 Doorbelasting	Van Prod.	Bedrijfsvoering(K)	G		07.400,00	07.400,00	R.H.Smit	
		Subtotaal	Kosten			8.905,40	305.010,00	256.104,60		
1	62151080	10 Parkeermeters(K)			G	17.935,60	1.229.000,00	1.011.064,40	J.Palsma	
2	62151081	10 Naheffingen(K)			G	00.665,93	25.000,00	25.665,93	J.Palsma	
3	62151082	10 Vergunningen(K)			G	2.621,47	90.000,00	67.378,53	J.Palsma	
4	62151083	10 Opbrengsten	Parkeergarage	GW-plein(K)	G	447,48	90.000,00	80.552,52	J.Palsma	
5	62151084	10 Opbrengsten	Molenplein(K)		G	0.628,38	50.000,00	29.371,62	J.Palsma	
6	62151085	10 Besch.	Reserve	Betaald	Parkeren(K)	G		25.000,00	25.000,00	J.Palsma
7	62151086	10 Belparken(K)			G	1.400,95	50.000,00	61.400,95	J.Palsma	
		Subtotaal	Opbrengsten			58.566,05	359.000,00	200.433,95	200.433,95	
						09.660,65	3.990,00	5.670,65		