



CHRISTINE SWANKHUISEN
TABULA RASA



CARLO VAN DE WEIJER
TU EINDHOVEN / TOMTOM



WALTER PROT
GEMEENTE AMERSFOORT

ParkeerPanel

parkeergedrag sturen

De gemeente kan zich ten doel stellen de auto uit het centrum te weren en daarom parkeergelegenheid aan de rand van de stad te faciliteren. Maar worden de auto's daar dan ook echt geparkeerd? En bij festivals kunnen nog zulke mooie **PARKEERWEILANDEN** worden opengesteld, het gebeurt al te vaak dat die leeg staan en de straat overvol. Kunnen we het **GEDRAG** van de parkerende automobilist sturen?

GEDRAG



Onderzoek wijst uit dat mensen veelal niet op PRIS en borden letten. Waarom niet?

Carlo van de Weijer: De opvolging van wegkantsystemen is altijd laag geweest en ik zie dat alleen maar afnemen. Dat heeft vooral te maken met de snelle verbetering van in-car adviezen en het feit dat dat advies rekening houdt met de persoonlijke omstandigheden van de reiziger (bestemming, route-voorkeur, voertuigspecifieke kenmerken et cetera) en dus een beter advies geeft. Ik zie PRIS als een tijdelijke oplossing. Verder: ik sta liever 20 minuten in een rij dan dat ik 10 minuten langer loop, want dat laatste moet je twee keer doen.

Walter Prot: Bezoekers die bekend zijn in een stad weten vooraf waar ze willen parkeren. Dat is vaak omdat de parkeerplek dicht bij hun bestemming ligt, en het scheelt 'parkeerstress'. Het parkeertarief doet er weinig toe als de verschillen niet te groot zijn. In Amersfoort

is gebleken dat de PRIS-info met aanduiding van het aantal vrije parkeerplaatsen nauwelijks gebruikt wordt, zelfs niet als er een wachtrij voor de garage-ingang staat.

Christine Swankhuisen: Gewoonte zal hier een bepalende rol spelen. Mensen die op zoek zijn naar een parkeergarage in een onbekende stad zullen de borden eerder bewust waarnemen dan iemand die heel geregeld in een stad parkeert en al een voorkeurs parkeerlocatie heeft.

Carlo van de Weijer: Eens, maar het blijft mijns inziens een tijdelijke maatregel; in-car neemt over en er kleven teveel nadelen aan PRIS (kosten aanleg en onderhoud, horizonvervuiling).

'Het is een illusie dat een gemeente het parkeergedrag helemaal kan sturen'

Christine Swankhuisen



Hoe kunnen we automobilisten verleiden wél de aanwijzing langs de weg op te volgen?

Walter Prot: De dynamische info langs de weg heeft z'n langste tijd gehad. Omdat we in Amersfoort voor een vervangingsinvestering stonden, hebben we met de parkeerexploitanten besloten om het huidige systeem tot 2016 in stand te houden. Daarna halen we de dynamische infoborden van straat en hebben we alleen nog statische informatie. De apps en navigatie in de auto moeten complete informatie gaan geven aan de reiziger/parkeerder: complete informatie over je reis met verwachte reistijd en alternatieven met inzichtelijk gemaakte kosten. Als we tarieven ook nog flexibel kunnen maken op basis van actuele parkeerdruk, kan dit mogelijk wel leiden tot een beter gebruik van alle beschikbare locaties.

Carlo van de Weijer: Probeer onderdeel te worden van het in-car advies; stel data beschikbaar in goede kwaliteit en volgens standaard protocollen beschikbaar aan service providers

en vroeg of laat zal dat advies meegenomen worden als daar behoefte aan is.

Christine Swankhuisen: Aan de vormgeving van de aanwijzingen langs de weg kan nog veel verbeterd worden. We zijn in het algemeen erg geneigd om mensen met informatie te overvoeren die ze niet tot zich nemen, terwijl je routinegedrag vaak beter kunt beïnvloeden door 'nudges': kleine duwtjes in de goede richting. Ook de situatie is van belang. Bij evenementen bijvoorbeeld, is de gebruikelijke route niet altijd toegankelijk. Dat doorbreekt het gewoontegedrag ook bij vaste bezoekers en maakt dat informatie langs de weg eerder opvalt.

Carlo van de Weijer: Toch verwacht ik dat dat soort informatie ooit goed bij de eindgebruiker zal landen via de in-carsystemen, maar dat duurt nog wat langer.



Welke invloed hebben navigatiesystemen op het parkeergedrag?

Carlo van de Weijer: Nu nog beperkt, onder andere omdat de data over vrije parkeerplaatsen niet beschikbaar zijn, maar dat gaat veranderen als de open parkeerdata door alle partijen wordt vrijgegeven. Data zou door de service providers (Google, Apple, TomTom) verwelkomd moeten worden, want die gaan niet zelf alles bij elkaar rapen en controleren.

Walter Prot: Als je je reis plant naar je eindbestemming, zal je navigatie de parkeeralternatieven moeten aanbieden, inclusief het parkeertarief. Dan kan je denk ik wat beter sturen

op parkeergedrag. Mijn wat oudere navigatie doet dat niet. Als ik weet waar ik zijn wil, gebruik ik ook mijn navigatie niet. Ook dan zal ik de parkeerinformatie niet zien.

Carlo van de Weijer: Wij weten dat als navigatie ook waarde toevoegt aan bekende routes (bijvoorbeeld files, flitscamera's en zulks) de navigatie weer meer gebruikt gaat worden, ook op bekende routes. Zeker als de navigatie in de toekomst ingebouwd is in de auto en die trend gaat hard.

'Het is een illusie om te denken dat open data te stoppen is, dus zorg dat auto's zo snel mogelijk de garage in kunnen duiken'

Carlo van der Weijer



Heeft prijs invloed op parkeergedrag?

Walter Prot: Uit onderzoek is bekend dat parkeerders het tarief vaak niet weten. Ook een beperkt tariefverschil zal geen invloed hebben op het gedrag: men kiest dan nog steeds voor de garage waarin men graag parkeert en bekend is. Als je effect van (substantiële) tariefverschillen wilt hebben, zal je dat heel goed moeten communiceren om gewoontege-

drag te doorbreken. Zo kun je bijvoorbeeld bij evenementen sturen via actiewagens.

Carlo van de Weijer: Ik denk dat de prijs nauwelijks invloed heeft, maar daar heb ik weinig kennis van. Ik denk wel dat met de moeilijke positie waar de traditionele retail zich nu al in bevindt de druk om parkeerprijzen te

verlagen in plaats van te verhogen alleen maar groter wordt.

Walter Prot: De 'traditionele retail' zal vooral nieuwe concepten moeten bedenken om

klanten te behouden. Wie wil je als klant behouden en speel op die groep in met aantrekkelijke zaken die jou als winkelier onderscheiden. Het gaat om dat geheel, en niet alleen om een redelijk parkeertarief.

Parkeerbeleid en open data kunnen botsen. Het gemeentelijk beleid kan worden doorkruist. Hoe kan dit probleem getackeld worden?

Christine Swankhuisen: Het is ook zonder open data-toepassingen een illusie dat een gemeente het parkeergedrag helemaal kan sturen. De meeste mensen gaan vooral voor gemak. En overstappen op een ander vervoermiddel of ver sjouwen met de boodschappen is geen gemak. Het is een uitdaging om creatiever te worden als gemeente.

Fysieke maatregelen en real time informatie koppelen, bijvoorbeeld over de reistijd tot je kunt winkelen. Bij het Transferium langs de A44 bij Leiden is dat niet goed gelukt. Wie daar rijdt, ziet op een DRIP dat het nog 20 minuten duurt voor de volgende bus vertrekt. Dan ben je ook met file veel sneller met de auto.

Carlo van de Weijer: Het is een illusie om te denken dat open data te stoppen is dus zorg

dat auto's zo snel mogelijk de garage in kunnen duiken, dan hoeft je er niet meer tegenaan te kijken en zijn de bestuurders snel minder storende wandelaars geworden.

Walter Prot: We laten mensen vrij in de wijze waarop ze reizen. We proberen de keuze voor het vervoermiddel te beïnvloeden door het aanbieden van goede fietsvoorzieningen – stallingen en fietspaden. Maar als de auto het meest geschikt is, willen we die ook faciliteren. In de Amersfoortse binnenstad zijn voldoende parkeergarages om je auto kwijt te kunnen. Met goede navigatie voorkomen we zoekgedrag en veel onnodige kilometers.

'Als je je reis plant naar je eindbestemming, zal je navigatie de parkeeralternatieven moeten aanbieden, inclusief het parkeertarief'

Walter Prot



Kan communicatie via websites, twitter en email parkeergedrag beïnvloeden?

Christine Swankhuisen: Die beïnvloeding gebeurt het meest bij mensen die zich vooraf oriënteren – wat heel weinig mensen doen, tenzij er een aanleiding voor is. Onderweg is actuele informatie over de bezettingsgraad relevant, vooral om te weten of de beoogde parkeerlocatie niet vol is.

Carlo van de Weijer: Ja, maar het is een illusie dat deze informatie te manipuleren is om gewenst gedrag te beïnvloeden, want dan hebben de serviceproviders die het voor het zeggen hebben – de googles – snel af.

Walter Prot: Het gaat volgens mij om de hele 'reis', dus zowel om je heen- en terugreis, als

om je bezoekdoel en het parkeren van je auto. Dus moet de combinatie gevonden worden van de navigatie – biedt parkeeralternatieven aan – met je bezoekdoel: laat ondernemers en parkeerexploitanten een arrangement aanbieden, waarin parkeren voor een bepaalde locatie aantrekkelijk gemaakt wordt. Dat kan bijvoorbeeld door websites van restaurants en attracties hierop in te laten spelen met reis- en parkeer(arrangement)informatie. Voor festivals is twitter wellicht weer beter, omdat je dan snel en dus actueel kunt inspelen op verkeersdrukte.