



De toekomstbestendige parkeersector

Trends affecting the business model of parking operators in the 21st century

De Branchegroep Exploitanten en Erasmus UPT (Erasmus Centre for Urban, Port and Transport Economics – Erasmus Universiteit Rotterdam) hebben onderzocht welke trends in mobiliteit en retail in de komende vijf á tien jaar invloed gaan hebben op de parkeersector, en hoe operators en beleidsmakers hier op kunnen anticiperen.

TEKST **JAN-JELLE WITTE, GIULIANO MINGARDO EN JOHAN TOL**

Parkeren is een belangrijke schakel in de mobiliteitsketen, en zal dat ook in de toekomst blijven. Innovaties binnen de parkeersector versterken de vindbaarheid, het comfort en het betaalbaarheid, en zorgen zo voor steeds aantrekkelijkere parkeerproducten. Maar de aard en de omvang van de parkeervraag is ook onderhevig aan trends buiten de parkeersector. Rijden we straks in elektrische, autonome en gedeelde voertuigen, en wat betekent dit voor onze parkeerbehoefte? Of rijden we in de toekomst überhaupt veel minder, omdat we online shoppen en wonen op plekken waar de auto niet meer welkom is? Zijn er ook scenario's mogelijk waarin we juist meer rijden en parkeren dan nu? De Branchegroep Exploitanten en Erasmus UPT (Erasmus Centre for Urban, Port and Transport Economics – Erasmus Universiteit Rotterdam) hebben onderzocht welke trends in mobiliteit en retail in de komende vijf á tien jaar invloed gaan hebben op de parkeersector, en hoe operators en beleidsmakers hier op kunnen anticiperen. Samen met een waaier aan experts binnen en buiten de mobiliteitssector zijn trends geïdentificeerd, en hun belang voor de parkeersector ingeschat. Hierbij onderscheiden we twee dimensies: de waarschijnlijkheid van de trend (wordt de trend echt zichtbaar binnen vijf á tien jaar?), en de impact op de parkeersector (maakt het voor parkeerope- rators iets uit als de trend echt doorzet?). Op deze manier wordt duidelijk welke trends extra aandacht verdienen van ondernemers, beleidsmakers en onderzoekers, en welke trends we alleen hoeven te monitoren.

TRENDS

Bij de toekomst van mobiliteit gaat het gesprek al snel over autonome robotaxi's, die

overdag constant onderweg zijn naar de volgende klant en 's nachts op goedkope locaties ver buiten de stad parkeren. Als deze visie daadwerkelijk uitkomt dan zou dit van grote impact zijn op de parkeersector, maar de huidige consensus onder wetenschappers en praktijkexperts is dat dit nog heel lang kan duren en ook zeker niet onvermijdelijk is. Aan de andere kant zijn er sociaal-demografische trends, zoals vergrijzing en de wisseling van de wacht tussen babyboomers en millennials, die met zekerheid plaats zal vinden maar vermoedelijk geen sterke impact zal hebben op de parkeersector. Vergrijzing zorgt vooralsnog eerder voor meer dan minder autogebruik. En ondanks hooggespannen verwachtingen over een nieuwe generatie millennials met vernieuwende idealen en voorkeuren die sterk afwijken van eerdere generaties, lijken zij vooralsnog hun autobezit alleen iets uit te stellen in plaats van afstellen.

Een demografische trend die steeds sterker gevoeld zal worden door de parkeersector is de groeiende aantrekkingskracht van wonen in de (grote) stad, en daarmee de groeiende druk in de richting van stedelijke verdichting. In hoogstedelijk gebied is de auto het minst praktisch (congestie, duur bewonersparkeren, autovrije gebieden) en ook het minst nodig (veel bestemmingen zijn op korte afstand en met andere vervoermiddelen bereikbaar). Een sterke trek naar de stad zou dus leiden tot minder autogebruik en een lagere parkeervraag. Tegelijk creëert stedelijke verdichting ook kansen. Om ruimte te maken voor meer inwoners zullen steden het straatparkeren zoveel mogelijk willen beperken, waardoor de vraag naar garageparkeren juist kan toenemen. In hoogstedelijke woonwijken (denk bijvoorbeeld aan de vooroor-

Interesse in het
hele rapport?

Stuur een e-mail naar
mingardo@ese.eur.nl

logse arbeiderswijken die steeds populairder worden) kan dit ook kansen bieden voor de wijkstallingsgarage, ondergronds of op enige loopafstand van de woningen. Projectontwikkelaars zullen steeds creatiever om moeten gaan met bewonersparkeren en ontsluiting voor de auto, en de nieuwe omgevingswet geeft hier ook handvatten voor. Parkeeroperators kunnen hierbij helpen door slimme oplossingen aan te dragen en vroeg

zijn, maar als de hybride auto een comeback maakt (en die kans is zeker aanwezig) dan zouden juist meer laders nodig zijn om hun kleinere batterijen steeds bij te laden.

INVLOEDRIJKE TRENDS

De meest invloedrijke trends voor de parkeersector kunnen samengevat worden als integreren, delen en diversificeren. Verschillende integrators van autoproducenten en

de voorwaarden kan dicteren.

Parkeren is een afgeleide vraag, wat betekent dat we ook buiten de mobiliteitssector moeten kijken om de parkeerbehoefte op de middellange termijn te begrijpen. Gaan we over vijf of tien jaar nog net zo vaak naar de binnenstad om te winkelen en voor entertainment? Vlakt de groei van het online shoppen af, of komt er straks een generatie die nog vaker en voor nog meer productgroepen de binnenstad overslaat? Welke nieuwe retailconcepten worden ontwikkeld in de komende jaren, en kiezen die voor de binnenstad of juist voor perifere locaties? Vermoedelijk verschilt het antwoord op deze vragen sterk per stad, met een groeiende aantrekkelijkheid van de top-20 steden en een sterke terugval van de 'rest'. Met name voor private parkeeroperators, die vooral parkeercapaciteit in en rond binnensteden aanbieden, kunnen retailtrends een flinke impact op hun businessmodel hebben, maar tot nu toe zijn er op dit gebied vooral veel vragen en weinig antwoorden.

CONCLUSIE

Wat kan de parkeersector nu doen om over tien jaar nog steeds een toekomstbestendig businessmodel te hebben? Leer van bestaand en nieuw onderzoek om het hele speelveld te overzien, en kijk daarbij ook vooral buiten de parkeersector en zelfs buiten de mobiliteitssector. Zorg dat je in een vroege fase al aan tafel zit wanneer visies over stedelijke verdichting, geïntegreerde mobiliteit en duurzame mobiliteit ontwikkeld worden. En werk als parkeersector samen om een proactieve rol te pakken in het integreren, delen en diversifiëren van mobiliteit, in plaats van te wachten tot een booking.com zich aan de deur meldt. 

JAN-JELLE WITTE en GIULIANO MINGARDO beelden van Erasmus UPT (Erasmus Centre for Urban, Port and Transport Economics – Erasmus Universiteit Rotterdam), JOHAN TOL – Branchegroep exploitanten



Integreren, delen en diversificeren



in het planningsproces aan tafel te komen zitten. De wijkstallingsgarage kan ook helpen met een specifieke uitdaging, namelijk het bieden van elektrische laadvoorzieningen voor bewoners in hoogstedelijk gebied.

ELEKTRISCH RIJDEN

Hoewel tegenvallende productie van autobatterijen, verandering van fiscaal beleid en trage vervanging van de autovloot het proces nog kunnen vertragen, lijkt het er toch zeker op dat over vijf á tien jaar een zeer substantieel deel van de auto's elektrisch zal zijn. Deels omdat, met de gestage daling van de aanschafprijzen, de consumentenvraag aantrekt, en deels omdat de overheid dit simpelweg nodig heeft om klimaatdoelen te halen. Voor de parkeersector zal dus een duidelijke visie moeten ontwikkelen op het aanbieden van laders op parkeerlocaties, met de juiste laadtechnologie op de juiste plek en in de juiste aantallen. Een garage met onvoldoende laders zal over tien jaar een sterk concurrentienadeel hebben ten opzichte van andere parkeerlocaties. Maar te veel laders aanbieden leidt tot een enorme kostenstrop. Naarmate de actieradius van elektrische auto's toeneemt zouden minder laders nodig

retailers tot aanbieders van *Car as a Service* en *Mobility as a Service*, tot techbedrijven zoals Uber en Waymo, zijn bezig met het ontwikkelen en uitrollen van *seamless* mobiliteitsproducten. De belofte is dat eindgebruikers volledig worden ontlast en niet meer zelf keuzes hoeven te maken over autobezit, keuze van vervoermiddel, van route en, als er nog in een eigen auto gereden wordt, van parkeerlocatie. Mensen die voorheen vrijwel automatisch de auto pakten, kunnen straks op advies van de integrator per rit gaan wisselen en mixen tussen verschillende vervoermiddelen. En waar ze de ene maand twee familieauto's voor de deur hebben staan, kunnen ze de volgende maand een pick-up en een birò hebben, of juist een maandje helemaal geen eigen auto. Hierdoor kan de totale parkeervraag dalen (minder autogebruik, en in het geval van *ridehailing* minder autoritjes waarbij geparkeerd hoeft te worden), of juist stijgen (autogebruik wordt toegankelijk voor nieuwe doelgroepen). In ieder geval zal de parkeervraag moeilijker te voorspellen zijn, en meer een B2B markt dan een B2C markt worden. In het meest extreme geval zitten parkeeroperators straks om tafel met een integrator die als een booking.com