

Evaluatie pilot Parkeren Kanaalstraat/ Damstraat



20 januari 2015

adviseurs
mobiliteit
**Goudappel
Coffeng**

2

Goudappel
Coffeng

Opbouw presentatie

- Doelen pilot
- Aanpak evaluatie
- Beantwoording onderzoeksvragen
- Conclusie

3

Goudappel
Coffeng

Doelen pilot (context)

Hoofddoelstelling:

- Waarborgen aantrekkelijkheid van de winkelstraten

Subdoelen:

- Meer bezoekers
- Betere beschikbaarheid van parkeerplaatsen voor bezoekers winkels

4

Goudappel
Coffeng

- Voor de evaluatie zijn vier onderzoeksvragen geformuleerd:

1. is de beleving van bewoners, ondernemers en bezoekers ten aanzien van de aantrekkelijkheid van de winkelstraten gelijk gebleven of verbeterd?
2. is het aantal bezoekers in de winkelstraten toegenomen?
3. zijn de parkeerplaatsen voor bezoekers van de winkels in de winkelstraten beter beschikbaar?
4. zijn ongewenste neveneffecten op parkeren, zoals een te hoge parkeerdruk in de directe omgeving, opgetreden?

5

Goudappel
Coffeng

Aanpak evaluatie

- 0-meting: najaar 2013 (oktober)
bepalen de parkeersituatie voorafgaand aan introductie pilot
- tussenmeting: voorjaar 2014 (april)
alleen feitelijke situatie als extra meetmoment
- 1-meting: najaar 2014 (september)
bepalen effecten pilot op parkeersituatie

1-meting is uitgevoerd in september (9-13 september), voordat de nieuwe AH geopend is.

6

Goudappel
Coffeng

Onderzoeksmethoden

- **Schriftelijke enquête**
 - Bewoners
 - Ondernemers
 - Passanten
- **Parkeerautomaten**
 - Transacties
 - Opbrengsten
- **Metingen op straat**
 - Parkeerdruk
 - Parkeerduur
 - Type parkeerder
 - Betalingsbereidheid
 - Foutparkeren
 - Fietsparkeren

Beantwoording onderzoeksvraag 1

Is de beleving van bewoners, ondernemers en bezoekers ten aanzien van de aantrekkelijkheid van de winkelstraten gelijk gebleven of verbeterd?

Beantwoording onderzoeksvraag 1

Is de beleving van bewoners, ondernemers en bezoekers ten aanzien van de aantrekkelijkheid van de winkelstraten gelijk gebleven of verbeterd?

	bewoners		ondernemers		passanten	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Inrichting	6,2	6,3	6,0	5,7	6,3	6,4
Verkeersveiligheid	3,3	3,6	3,7	3,2	4,5	4,7
Bereikbaarheid	6,6	6,6	5,8	5,4	6,7	6,9
Beschikbaarheid vrije parkeerplaatsen	4,2	4,8	4,2	4,9	4,7	4,9
Tarief parkeren	4,3	4,9	3,4	5,4	3,7	4,8
Voldoende winkelaanbod	6,5	6,6	6,1	5,9	7,0	7,1
Kwaliteit winkelaanbod	6,3	6,5	5,9	5,8	7,0	7,1
Gezelligheid winkelstraten	6,5	6,7	6,4	6,5	7,7	7,7
gemiddelde beleving straat	5,9	6,1	5,6	5,4	6,5	6,6
gemiddelde beleving parkeren	4,3	4,9	3,8	5,2	4,2	4,9

Beantwoording onderzoeksvraag 1

Is de beleving van bewoners, ondernemers en bezoekers ten aanzien van de aantrekkelijkheid van de winkelstraten gelijk gebleven of verbeterd?

- In de beleving is de aantrekkelijkheid van parkeren verbeterd, maar dit heeft vrijwel geen invloed op de algemene beleving van de winkelstraat.

Beantwoording onderzoeksvraag 2

Is het aantal bezoekers in de winkelstraten toegenomen?

Enquête: gelijk gebleven beeld
 Parkeerdruk: toegenomen parkeerdruk
 Opbrengsten: meer verkochte parkeeruren
 Vervoerwijze: meer bezoekers met de auto

We zien dat het aantal parkeerders in de winkelstraten is toegenomen. Omdat meer mensen met de auto komen en minder lopend, kunnen we niet met zekerheid zeggen dat het aantal bezoekers is toegenomen.

Beantwoording onderzoeksvraag 3

Zijn de parkeerplaatsen voor bezoekers van de winkels in de winkelstraten beter beschikbaar?

Parkeerdruk: toegenomen
 Gemiddelde parkeerduur: vergelijkbaar
 Enquête: beleving beter

Objectief is de parkeersituatie vrijwel onveranderd, de parkeerdruk is zelfs hoger, wel is de beleving van de beschikbaarheid naar parkeerplaatsen beter.

Beantwoording onderzoeksvraag 4

Zijn ongewenste neveneffecten op parkeren, zoals een te hoge parkeerdruk in de directe omgeving, opgetreden?

Parkeerdruk omgeving: onveranderd
 Vervoerwijze: toename autogebruik

Samengevat

- Aantrekkelijkheid parkeren winkelstraat toegenomen
- Aantal bezoekers in winkelstraat lijkt onveranderd
- Beschikbaarheid parkeerplaatsen wordt beter ervaren maar parkeersituatie is onveranderd
- Meer autogebruik

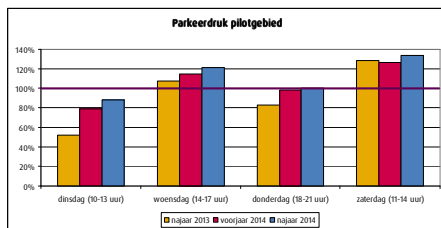
Enquête (onderzoeksvraag 2)

- Vindt u dat het aantal bezoekers winkelstraten/klanten ten opzichte van vorig jaar is toegenomen, gelijk gebleven of afgenomen? (bewoners en ondernemers)

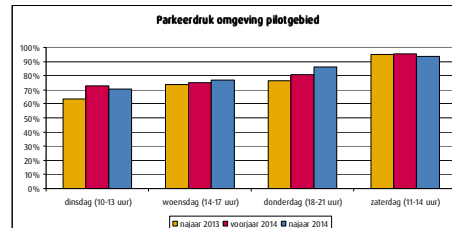
bewonersenquête			
	2013	2014	
toegenomen	245 (32%)	90 (25%)	
gelijk gebleven	458 (59%)	235 (65%)	
afgenomen	68 (9%)	38 (10%)	

ondernemersenquête			
	2013	2014	
toegenomen	14 (16%)	9 (14%)	
gelijk gebleven	43 (51%)	43 (67%)	
afgenomen	28 (33%)	12 (19%)	

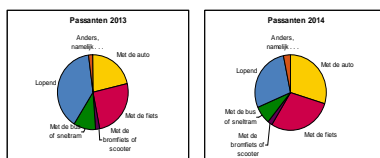
Parkeerdruk (onderzoeksvraag 2/3)



Parkeerdruk (onderzoeksvraag 4)



Vervoerwijze (onderzoeksvraag 2/4)



	2013		2014	
	passanten	met auto	passanten	met auto
Lombok	31%	1%	26%	8%
Utrecht	42%	19%	43%	28%
Buiten Utrecht	27%	48%	31%	51%

Bekendheid pilot

bekendheid pilot	bewoners	ondernemers		passanten	
		pilotgebied	overig		
ja	225 (42%)	7 (37%)	33 (57%)	45 (46%)	76 (33%)
nee	316 (58%)	12 (63%)	25 (43%)	53 (54%)	155 (67%)