



Pieter Bergsma (Spark)  
over het management van  
parkeervoorzieningen:

# ‘Goed opdrachtgeverschap vereist verstand van zaken’

De kwaliteit van het parkeerproduct beïnvloedt het gedrag van bezoekers. Om aan de kwaliteit van de bezoeker te voldoen is het van belang het bezoekersmotief te kennen. Een bewoner heeft een andere behoefte dan een klant van een supermarkt of een kantoor. Bij het exploiteren van parkeervoorzieningen gaat het uiteindelijk maar om één ding: de eindgebruiker moet tevreden zijn. Is die dat niet, dan beïnvloedt dit het keuzegedrag voor een winkel of winkelcentrum. Het goed managen van de parkeervoorziening vergt kennis van zaken. Maar hoe doet u dat? Zelf? Gaat u het uitbesteden aan de verschillende toeleveranciers? Of stelt u een specialist aan die dit alles coördineert en op de uitvoering toeziet?

ar je  
rste

**O**m meteen met de deur in huis te vallen: Pieter

Bergsma is zo'n specialist. Als adviseur geeft hij bij parkeerspecialist Spark samen met collega's invulling aan het assetmanagement voor eigenaren van parkeerlocaties. Hij vergelijkt het managen van een parkeerlocatie ook wel met het managen van een hotel: 'Bij binnenkomst moet je meteen een gevoel krijgen waar het hotel voor staat en hoe straks je hotelkamer eruit ziet. Dit vergt afstemming. Vergelijk dit met een parkeergarage die er bij binnenkomst vies en donker uitziet en het winkelcentrum blijkt daarna goed, schoon en prettig te zijn. Of andersom. Dan klopt er iets niet. Kortom, het moet in evenwicht zijn, de look and feel moeten op elkaar aansluiten en de kernwaarden schoon, heel en veilig dienen gezekerd te zijn door goed management.'

#### **BELANGRIJKE FUNCTIE**

In de praktijk blijkt dat niet altijd een makkelijke opgave te zijn. Een voorbeeld: het parkeerterrein van een supermarkt heeft een uiterst belangrijke functie, zorgt voor een optimale bereikbaarheid en kan in de marketing als meerwaarde gebruikt worden. Voor de supermarktmanager of het personeel, is zo'n parkeerterrein vaak iets dat ver van hun werk in de supermarkt staat. Het is niet hun 'ding', zoals retailen dat wel is. Pieter Bergsma: 'Dan heb je een probleem. Het parkeerterrein kan dan in plaats van visitekaartje een echte dissonant worden.'

Maar er is meer. In het algemeen geldt dat goed parkeren alleen georganiseerd kan worden als de beslissers zich van een aantal zaken bewust zijn. Zoals het speelveld waarin de parkeervoorziening zich bevindt. Dat kan te maken hebben met het gemeentelijk parkeerbeleid, de openingstijden van de winkels of

het winkelcentrum. Wie de eigenaar van de voorziening is, wie de exploitant en wie de beheerder. Soms heeft één partij al deze rollen en de complete zeggenschap, maar vaak ook niet. Bijvoorbeeld doordat de gemeente bepalingen heeft gesteld die op het parkeren betrekking hebben. Het maakt het management van een parkeerfaciliteit er niet makkelijker op.

#### **ASSETMANAGEMENT: ZELF DOEN OF UITBESTEDEN?**

Dat is natuurlijk de hamvraag. En daar is ook niet één antwoord op mogelijk. Zelf doen vereist om te beginnen nogal wat van de eigen organisatie. Want parkeren is inmiddels een echt vak geworden en zeker

.....  
*De assetmanager  
moet sparring  
partner voor de  
eigenaar zijn'*

het assetmanagement kan behoorlijk intensief zijn. Het is vergelijkbaar met het assetmanagement van winkelvastgoed en dat betekent dat men te maken krijgt met commercieel, administratief-, technisch- en operationeel management. Wil men dat niet, dan kan de keuze gemaakt worden voor geheel of gedeeltelijk uitbesteden.

Pieter Bergsma: 'Het meest vergaand is het uitbesteden van de gehele exploitatie aan een derde partij. In dat geval zijn de voorwaarden waartegen je dit doet uitermate belangrijk, zodat je grip blijft houden op de kwaliteit. Want de parkeerconsument is dezelfde consument als bij de winkels. Dat moet elkaar niet bij-

ten, bijvoorbeeld doordat de exploitant aanpassingen gaat doen in de kwaliteit als er al leegstand in een winkelcentrum of kantoor is.'

'Maar ook aan de uitstraling moeten eisen gesteld worden. En zo is er nog veel meer. Als men zélf de exploitant blijft en de verschillende onderdelen gaat uitbesteden, dan dienen er natuurlijk ook eisen die aan de uitbesteding gesteld worden. Er moet gewerkt worden vanuit een Programma's van Eisen waarin gekeken wordt naar beheer, installaties, licht, wayfinding, schoonmaak, veiligheid enzovoort.'

Een ander aandachtspunt is de optimalisatie van de bezetting. Dat heeft onder meer te maken met de marketing van het parkeren (klantenbinding!), de samenwerking met de winkels en het winkelcentrum, maar ook met slim inhaken op de parkeerbehoefte van bewoners, kantoren en uitgaanslocaties.

Pieter Bergsma: 'Dit zijn meerdere taken bij elkaar. Het goed kunnen managen vergt dan ook een brede kennis en zicht op de onderlinge samenhang. Omdat niet elke eigenaar van een parkeerfaciliteit dat steeds in huis heeft, of de ambitie heeft dit vanuit de eigen organisatie goed op te pakken, bieden we vanuit Spark de dienst Assetmanagement aan. Spark bestaat inmiddels tien jaar en biedt als parkeerprofessional oplossingen voor vrijwel alles dat bij goed parkeren komt kijken. Assetmanagement is daar een onderdeel van en wij doen dit voor verschillende eigenaren van parkeerfaciliteiten, waaronder voor gemeenten, retailers en winkelvastgoedeigenaren die zo'n voorziening in hun binnenstad of bij hun winkel of winkelcentrum hebben.'

#### **HOE WERKT ASSETMANAGEMENT IN DE PRAKTIJK?**

Bij Spark kan men het assetmanagement aangaan voor kortere of langere periode. Qua organisatie wordt →

Spark de spin in het web die het volledige takenpakket overziet en alles regelt. Of niet alles, maar als dat gewenst is, bepaalde onderdelen.

Pieter Bergsma: 'Je moet ons zien als een directievoerder, die namens de eigenaar de verantwoordelijkheid draagt voor de parkeervoorziening. We gaan niet zelf beheren, maar op een open en transparante wijze zoeken we gespecialiseerde partijen die

.....  
*'Niet alleen de automobilist heeft behoefte aan parkeermogelijkheid'*

dit onder marktconforme tarieven kunnen verzorgen. Voor elke opgave stellen wij een SLA vast waarop wij vervolgens gaan monitoren. Het voordeel is natuurlijk dat wij hiervoor alle kennis en ervaring in huis hebben en weten waar wat te koop is, en wat de beste leveranciers voor de opgave zijn. De *bottom line* is dat een goede assetmanager niet alleen ontzorgt, maar verstand van zaken heeft en zo een realistisch takenpakket kan definiëren waarop vervolgens gestuurd kan worden en uiteindelijk zichzelf terugverdient.'

**GRATIS PARKEREN**

En dan toch nog even die discussie over 'gratis parkeren'. Heeft Spark daar ook een mening over? 'Wij weten dat parkeren geld kost. Dat parkeren gratis is beweert ook niemand meer. Wat niet iedereen weet, is dat het ook bij het eerste uur of het tweede uur 'gratis' het nog steeds mogelijk is om kosten te dekken. Met slim beleid is het zelfs mogelijk een beoogd rendement te behalen. Parkeren is vandaag de dag dan ook echt 'revenue management': je houdt de kernfunctie van het parkeren (namelijk het faciliteren van je bereikbaarheid) overeind, houdt tegelijkertijd

grip op de kosten, maar laat het zeker niet na om inkomsten uit parkeren te genereren waar mogelijk. Dat je daarbij vaak met meerdere stakeholders moet samenwerken, is ook een feit. Het maakt het niet altijd makkelijk, maar het is nog steeds mogelijk.'

**MEERWAARDE**

Pieter Bergsma vraagt zich hardop af of vastgoedeigenaren zich realiseren hoeveel ze van hun zeggenschap overdragen aan een exploitant. 'Met kennis van zaken wordt het mogelijk om de waargenomen kwaliteit van het parkeerproduct enorm te beïnvloeden. Je kunt het parkeren zo veel beter als meerwaarde van je winkelcentrum tot zijn recht laten komen. Zeker als je afspraken maakt op het gebied van bereikbaarheid en/of kwaliteitsniveau van de dienstverlening.'

'In feite is de beste situatie waarin je het óf zelf doet óf in een goed omschreven samenwerking met een exploitant of beheerder doet. Je kunt dan optimaal de kwaliteit van de dienstverlening en het parkeerproduct vaststellen. Je zorgt hiermee dat de parkeergarage maximaal de aantrekkelijkheid van de bestemming ondersteunt.'

'Dit is de reden waarom vastgoedeigenaren (beleggers of gemeenten) er steeds vaker voor kiezen om bijvoorbeeld Spark in te schakelen voor het assetmanagement van de parkeervoorzieningen: je borgt daarmee op een vakkundige wijze grip op het gebeuren.'

**WIE IS MIJN KLANT EN WAT BIEDEN WIE DIE?**

Bij deze vraag gaat het er niet om wie de klant van Spark is. Dat is wel duidelijk. Nee, het gaat hier om de vraag wie er behoefte heeft aan parkeerfaciliteiten. En dat is niet altijd alleen maar de automobilist. Pieter Bergsma: 'De aanname dat de automobilist altijd de belangrijkste bezoeker is van een winkelcentrum, is niet juist. Het kan heel goed zijn



FOTO: PASCAL BLANCHET

dat dit op bepaalde locaties juist de fietser is. Die komt vaak drie keer per week naar het winkelcentrum en wordt dus ook drie keer verleid tot impulsaankopen. Het is nuttig om te onderzoeken welke consument qua bestedingen belangrijk is. Naar mijn mening wordt de fietsklant veel te vaak ondergewaardeerd, terwijl we deze net zoals een automobilist een goede parkeervoorziening willen bieden.'

En hoe bedienen we de automobilist die met een 'stekerauto' komt? Die twee of drie plaatsen met laad-





paal zijn tegenwoordig bij lange na niet voldoende (zegt uw redacteur, die menigmaal zijn hybride niet aan de stroom kon hangen).

‘Dat is nog niet zo gemakkelijk. Veel elektrische auto’s staan vanwege de eigen oplaadcapaciteit acht uur aan de stekker om vol te laden. Dat is niet handig in een parkeergarage. Moeten we dan in onze winkelcentra overal snelladers plaatsen? Dat kan, maar het gaat dan wel om enorme investeringen. Niet alleen in apparatuur, maar ook in de installaties. Dat neemt niet weg dat als je nu

gaat bouwen of renoveren, je hierover moet nadenken. Zo gingen we vroeger van twee procent elektrische voertuigen in de parkeernorm uit, nu wordt steeds vaker met vijf procent gewerkt.’

‘Maar wie weet het zeker? Maakt straks wellicht de brandstofcel een sprint, waardoor elektra weer op de achtergrond raakt? We zoeken natuurlijk naar oplossingen, bijvoorbeeld door modulaire en uitbreidbare systemen met *smartcharging* en *loadbalancing* te plaatsen. Het betekent ook dat je moet nadenken over

de toekomstige plaatsing van een extra transformator. Dat die ruimte er is en dat de vloerbelasting het toestaat. En dat hoort uiteraard ook bij onze advisering en assetmanagement’, zegt Pieter Bergsma.

#### **IS EEN VOLLEDIG PARKEERSYSTEEM ALTIJD NODIG?**

Spark vindt het belangrijk dat parkeren zowel voor de vastgoedeigenaar als voor de consument zo ‘gedoelooos’ mogelijk moet kunnen. Pieter Bergsma hierover: ‘Het hoeft niet altijd op de geijkte traditionele wijze. Waarmee ik bedoel dat je niet altijd een volledig en waterdicht parkeersysteem nodig hebt. Want is die toch forse investering in slagbomen

.....  
*‘Een volledig  
 parkeersysteem is  
 niet altijd nodig’*

en betaalautomaten die paar onbedoelde langparkeerders wel waard?’

‘Wij zijn bij diverse nieuwe projecten betrokken, waar het parkeersysteem en het parkeersysteem zijn ontworpen voor de belangrijkste (terugkerende) doelgroep en dus niet om een sporadische langparkeerder te weren. Uiteraard is het van belang om misbruik te blijven monitoren, maar zolang het misbruik de parkeercapaciteit niet te veel onder druk zet, is het natuurlijk ook niet nodig om het meest geavanceerde parkeersysteem aan te schaffen.’

‘Je moet, zeker bij nieuwbouw natuurlijk wel vooruit kijken en alvast wel al die loze mantelbuizen gestort hebben, zodat als het dan tóch moet, de installatie uitgebreid kan worden. Maar de boodschap is: het kan vaak eenvoudiger, goedkoper, maar vooral leuker voor de consument. Zonder gedoe.’ ←