

praktische kennis **direct toepasbaar**

# Lopen loont

Discussieavond KIVI afdeling  
verkeer en vervoer

Rob Methorst – Rijkswaterstaat WVL

Emile Oostenbrink – CROW

Ineke Spapé – NHTV

## Lopen loont

de voetganger in beleid, ontwerp en beheer

CROW



# Programma

- 1. Context en visie – Rob Methorst, Rijkswaterstaat WVL**
- 2. Lopen loont, meer dan een publicatie – Emile Oostenbrink, CROW**
- 3. Wat biedt publicatie? – Ineke Spapé, NHTV/SOAB**
- 4. Discussie**

praktische kennis **direct toepasbaar**

# Lopen loont, de publicatie

Emile Oostenbrink - CROW



# Agenda

1. **De aanleiding:** lopen loont!
2. **De publicatie:** kenmerken
3. **En dan:** de voetganger tussen de oren



# Enquete

- Positie voetgangers in het gemeentelijk beleid: 54% belangrijk tot zeer belangrijk, 8% onbelangrijk, 38% neutrale positie
- Trend volgens gemeenten: 37% voetgangers worden belangrijker, 58% geen verandering en nog geen 1% minder belangrijk
- Trend volgens adviesbureaus: 47% belangrijker, 29% geen verandering en 5% minder belangrijk
- Slechts 6 procent vindt dat zij een voortrekkersrol vervullen op het gebied van voetgangers, maar liefst 73 procent vindt van niet.
- Weinig afstemming over voetgangersbeleid tussen sector verkeer en vervoer en andere sectoren
- Ruim 75% heeft behoefte aan kennis die nodig is om lopen een serieuze plaats te geven in het gemeentelijk beleid

# Trends pro voetgangers

- Vergrijzing
- Toename aandacht voor gezondheid en zorgkosten
- Toename aandacht voor kwaliteit winkelgebieden
- Jongeren hechten minder belang aan auto's
- Klimaatdoelstellingen
- Compactestedenbeleid

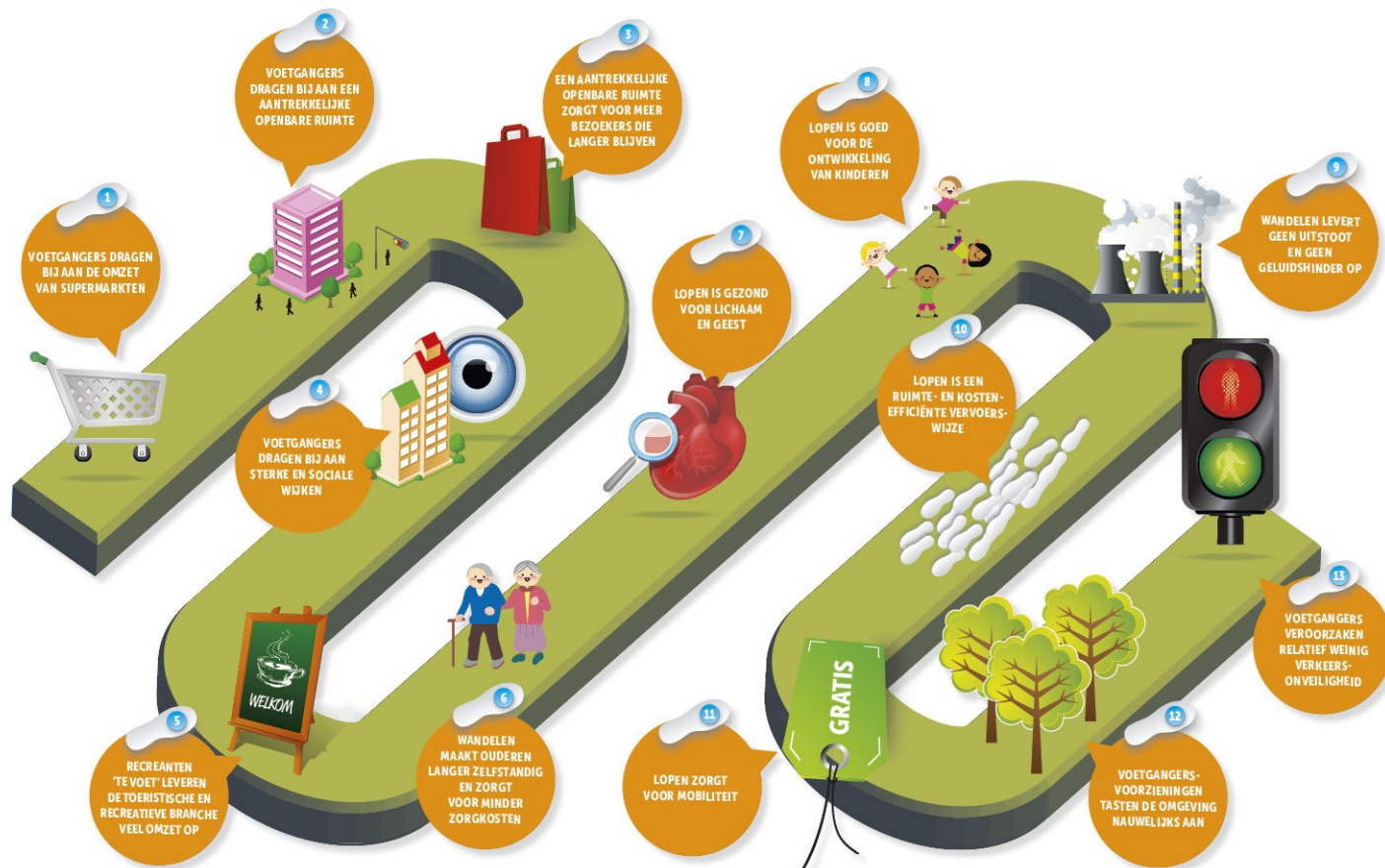


# Trends contra voetgangers

- Langere verplaatsingsafstanden
- Toename verkeersonveiligheid onder voetgangers
- Toename claim op loopruimte
- Afname kwaliteit beheer, onderhoud en handhaving
- Weinig kennis over voetgangers



# De 13 argumenten





# Lopen loont voor de lokale economie

- Voetgangers dragen flink bij aan omzet van winkels
- Voor voetgangers aantrekkelijke openbare ruimte trekt meer bezoekers
- Meer bezoekers betekent gunstiger vestigingsklimaat en hogere waarde vastgoed
- Wandeltoerisme zorgt voor inkomsten en werkgelegenheid



# Extra parkeerplaatsen helpen winkeliers niets

Bijzondere winkels en bruisende aanblik zijn veel belangrijker voor winkelgebied

**Dorien Pels**  
REDACTIE ECONOMIE

Wee de wethouder die betaald parkeren invoert. Hij gaat de boeken in als de politicus die de middenstand om zeep hielp. Echter: het aantal parkeerplaatsen of de hoogte van het parkeergeld heeft niet of nauwelijks invloed op de omzet van winkeliers. Dat blijkt uit een grootschalig onderzoek van de Erasmus Universiteit Rotterdam. Onderzoeker Giuliano Mingardo spreekt van een 'hardnekkig Hollands misverstand'.

"Gemeenten hebben de neiging om mee te gaan in de wens van winkeliers voor meer, goedkoop en dichtbij parkeren, maar het slaat eigenlijk nergens op", zegt Mingardo. Hij koppelde gegevens over het winkelgedrag van 70.000 mensen, verspreid over Nederland, aan informatie over parkeren in de gebieden die zij hadden bezocht. Daarbij bleek geen enkel verband tussen hoeveel de winkelende mensen kochten en hoe of tegen welk tarief auto's konden worden geparkeerd. Die uitkomst ging op voor zowel kleine als grote winkelgebieden.

Mingardo: "Ik snap wel dat winkeliers alles aangrijpen, want het zijn zware tijden voor de detailhandel. Mensen hebben minder te besteden en internet zet de wereld op zijn kop. Maar ze kunnen hun energie beter stoppen in een goed winkelaanbod, in het bruisend maken van hun winkelgebied, en het parkeerbeleid overlaten aan de ambtenaren die erover gaan."

Winkeliers denken ten onrechte dat de meeste klanten met de auto komen, blijkt uit een ander kleiner onderzoek dat de Erasmus Universiteit deed in De Meent, een winkelgebied in Rotterdam. Ze vroegen het winkeliers: die dachten in grote meerderheid dat meer dan de helft van de klanten met de auto kwam. En ze vroegen het de klanten. De meerderheid, 34 procent, was te voet, 26 met de tram of de bus en 18 procent met de fiets. Slechts 22 procent kwam met de auto. "Ook niet zo gek", zegt Mingardo, "Want voor 60 procent van de mensen is de reden om voor een bepaald winkelgebied te kiezen, dat het dicht bij huis is."

De tweede reden die mensen opgeven om voor een bepaald winkelcentrum te kiezen, is de compleetheid

van het winkelaanbod (38 procent), de derde compleetheid van artikelen. Helemaal onbelangrijk vinden ze parkeren niet, want als vierde meest genoemde reden noemen mensen de parkeermogelijkheden (18 procent) en als vijfde bereikbaarheid per auto (16 procent). "Parkeren en autobereikbaarheid staan weliswaar in de top-5. Toch, het is slechts belangrijk voor één op de zes klanten. Bovendien blijkt uit onderzoek dat de voetganger meer geld uitgeeft. Die neemt de tijd."

**In Maastricht zijn de parkeertarieven fors verhoogd en is het centrum tegelijk opgeknapt. Het resultaat: een flinke omzetstijging.**

TROUW 31-5-2014

Daar komt nog eens bij dat klanten die te voet en te fiets naar de winkel gaan, vaker komen. Zij kopen hierdoor meer versproducten, waar winkeliers relatief meer op verdienen. In binnen- en buitenland zijn voorbeelden te over van winkelgebieden die tot leven kwamen juist doordat de voetgangers ruim baan kregen.

"Laatst nog was ik aanwezig bij een hoog oplopende discussie tussen winkeliers en de gemeente in Utrecht. Dat ging over tien parkeerplekken in een klein winkelstraatje. Ik zeg: Mensen, het centrum van Utrecht trekt jaarlijks miljoenen bezoekers, die tien parkeerplekken van jullie dragen daar echt niets aan bij."

En neem Maastricht: daar zijn de parkeertarieven fors verhoogd en is tegelijk het centrum opgeknapt. Resultaat: een flinke omzetstijging voor de winkeliers volgens het Kennisplatform Verkeer en Vervoer.

"Iedereen noemt altijd Ikea als voorbeeld. Maar als parkeergelegenheid de succesfactor was, zouden andere meubelboulevards ook moeten draaien als een tiereelier. En dat is beslist niet zo. Het succes van Ikea zit 'm in andere factoren, zoals de goede marketing van het bedrijf."

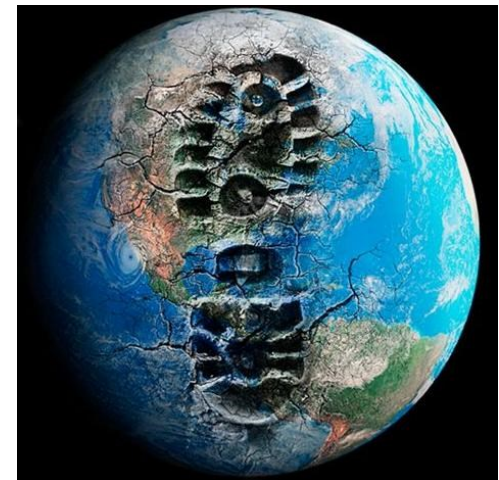
# Lopen loont voor gezondheid en welzijn

- Voetgangers op straat zorgen voor aantrekkelijke omgeving die uitnodigt tot maatschappelijke participatie
- Door toegankelijke, veilige en aantrekkelijke looproutes kunnen ouderen langer zelfstandig functioneren
- Lopen is gezond voor lichaam en geest
- Lopen helpt in strijd tegen obesitas
- Lopen is goed voor ontwikkeling van kinderen
- Lopen vergroot sociale deelname



# Lopen loont voor milieu en landschap

- Voetgangers veroorzaken geen uitstoot
- Meer lopen in plaats van rijden verbetert luchtkwaliteit
- Voetgangers veroorzaken geen geluidshinder
- Voetgangersvoorzieningen vergen weinig ruimte en tasten omgeving en landschap vrijwel niet aan



# Lopen loont voor verkeer en vervoer

- Goede bereikbaarheid te voet draagt bij aan goede bereikbaarheid in het algemeen
- Voetgangersvoorzieningen zijn zeer kostenefficiënt
- Voetgangers veroorzaken weinig verkeersonveiligheid
- Goede looproutes naar OV-haltes vergroten aantrekkelijkheid OV
- Goede looproutes naar P-voorzieningen vergroten aantrekkelijkheid bestemmingen



# Kenmerken CROW-publicatie

- Alle argumenten waarom investeren in lopen loont
- Feiten en cijfers over voetgangers
- Basiskennis over voetgangersgedrag
- Het waarom en hoe van een intersectorale aanpak
- De praktisch kennis over hoe de voetganger mee te nemen in:
  - Beleidsplannen
  - Ontwerpen
  - Uitvoering
  - Beheer en onderhoud
- Kennis over onderzoek, communicatie en marketing
- Verwijzingen naar andere publicaties
- Ook digitaal beschikbaar in online kennismodule



# Voor wie?

- Professionals bij overheden in de sectoren:
  - Lokale economie
  - Toerisme en recreatie
  - Leefomgeving en ruimtelijke inrichting
  - Gezondheid, welzijn en ouderenbeleid
  - Milieu, duurzaamheid, natuur en landschap
  - Verkeer en vervoer
- Studenten en cursisten
- Belangenorganisaties



# Hoe tot stand gekomen?

- Brede werkgroep
  - O.l.v. Rob Methorst
  - Gemeenten
  - Belangenorganisaties
  - Deskundigen
- Deskundige schrijvers
  - NHTV: Ineke Spapé
  - SOAB: Egbert Kalle
- Projectmanagement CROW





# Een publicatie, en dan?

- Aandacht voor voetgangers is niet vanzelfsprekend
- Voetganger moet tussen de oren zitten
- Publicatie belangrijk: beschikbaarheid van kennis is randvoorwaarde
- Doorlopende aandacht voor belang van investeren in voetgangers is nodig. Hoe?
  - Verspreiding goede voorbeelden?
  - Online kennisbank?
  - Discussiebijeenkomsten?
  - .....?



praktische kennis **direct toepasbaar**

**Contactgegevens:**

**Emile Oostenbrink**

0318-695388

[emile.oostenbrink@crow.nl](mailto:emile.oostenbrink@crow.nl)