

V&V Bericht

Informatiebulletin over actuele verkeers- en vervoersontwikkelingen | N°155 ■ Maart 2015

AUTOLUWE BINNENSTEDEN? ZES TIPS DAT HET KAN

Verschillende steden streven naar een autoluwe binnenstad. Gemeenten willen hiermee bezoekers trekken en het imago van hun stad versterken. Ondanks dat uit de praktijk blijkt dat autoluwe binnensteden aantrekkelijker zijn voor publiek, levert de invoering van maatregelen vaak discussie op. Wat voor effect heeft het autoluw maken van binnensteden op de aantrekkelijkheid en het gebruik? Hoe ga je om met tegenstrijdige belangen van bewoners, bezoekers en ondernemers? En hoe vergroot je de effecten van de maatregelen? In dit bericht geven we na een studie naar het autoluw maken van Den Haag en 's-Hertogenbosch zes tips voor zo effectief mogelijke maatregelen. Verder besteden we aandacht aan de bereikbaarheidsarrangementen van netwerkstad Zwolle-Kampen, die hiervoor een inspirerend praktijkvoorbeeld vormen.

Autoluw maken van kernwinkelgebieden

Kernwinkelgebieden in binnensteden vormen vaak het economisch hart van de stad. Dit zijn plekken waar mensen niet alleen komen om te winkelen, maar ook om elkaar te ontmoeten en te ontspannen. Een goed aanbod en diversiteit van activiteiten bepaalt de imago van de stad. Verschillende gemeenten kiezen ervoor om hun binnenstad aantrekkelijker door de binnenstad voetgangersvriendelijker te maken. Een strategie is het autoluw maken van binnenstedelijke winkelgebieden. Doorgaand verkeer wordt zo veel mogelijk geweerd door



selectieve toegang. Ook wordt het parkeren zoveel mogelijk verplaatst naar parkeergarages en parkeerterreinen aan de rand van het centrum. Andere maatregelen zijn het stimuleren van alternatieve vervoerswijzen (fietsen, openbaar vervoer). De invoering van deze maatregelen levert vaak discussie op. Vooral ondernemers in de binnensteden zijn geen voorstanders, uit angst voor het verlies van klanten vanwege verminderde autobereikbaarheid. Op basis van een studie naar het autoluw maken van Den Haag en 's-Hertogenbosch geven we zes tips voor beleidsmedewerkers bij het autoluw maken van binnensteden:

1. Waarborg bereikbaarheid

Bereikbaarheid vormt vaak een discussiepunt en is een belangrijke voorwaarde voor de potentie van autoluwe binnensteden. Mensen moeten met de auto de binnenstad nog goed kunnen bereiken. 's-Hertogenbosch waarborgt de bereikbaarheid door bezoekers de mogelijkheid te bieden op transferia in de buurt van het winkelgebied te parkeren. Ook kun je de binnenstad bereikbaar houden door alternatieve vervoersvormen te stimuleren. Zo wordt in 's-Hertogenbosch geïnvesteerd in beter openbaar vervoer en vooral in extra fietsvoorzieningen.

2. Betrek partijen bij besluitvorming

Het resultaat van het beleid hangt af van de mate waarin de gemeente belanghebbenden betrekt bij de besluitvorming. Dit kunnen bewoners, bezoekers, ondernemers en vastgoedeigenaren zijn. Wanneer je deze partijen zo vroeg mogelijk betrekt, is de kans groter dat er maatregelen worden genomen die voor iedereen positief uitvallen. In 's-Hertogenbosch en Den Haag is geleerd dat je op deze manier draagvlak creëert en zo min mogelijk nieuwe problemen veroorzaakt.

3. Maak vrijkomende ruimte aantrekkelijker

Wanneer een gebied autoluw wordt, kan er ruimte vrijkomen. Je moet iets doen met die ruimte om het effect van het autoluw maken te versterken. Met bijvoorbeeld sierbestrating, bankjes of terrassen kun je een autoluw gebied aantrekkelijker maken. Autoluw maken doe je dus altijd in combinatie met het aantrekkelijker maken van de openbare ruimte. Op Haagse pleinen heeft de auto bijvoorbeeld plaatsgemaakt voor terrassen. Ook kan je de ruimte gebruiken voor evenementen.

4. Differentieer autobereikbaarheid naar locatie in de binnenstad

Het autoluw maken van een binnenstad maakt het prettiger om te verblijven in het kernwinkelgebied. Dat kan negatieve effecten hebben voor omliggende gebieden, zoals aanloopstraten. In deze straten zitten vaak specialistische winkels. Deze straten worden dan ook niet bezocht om er te verblijven, maar meer met een bepaald doel. Daardoor kunnen deze omliggende gebieden meer last krijgen van dalende bezoekersaantallen. Voor deze ondernemers is het daarom belangrijker dat mensen dichtbij kunnen komen met de auto, blijkt zowel in 's-Hertogenbosch als Den Haag. Differentieer dus naar locatie in de binnenstad, omdat aanloopstraten afhankelijker zijn van een goede autobereikbaarheid. Een mogelijkheid is het aanbieden van parkeergelegenheden aan of nabij aanloopstraten.

5. Informeer bezoekers

Bezoekers moeten weten hoe zij het beste naar de binnenstad kunnen komen. Zorg daarom voor parkeerverwijssystemen voor bezoekers die met de auto. Ook is er goede informatie over alternatief vervoer nodig. Dit verlaagt de weerstand van bezoekers om naar de binnenstad te komen. In Zwolle is de 'minder hinder widget' (een webapp) gemaakt waarin bezoekers op hun tablet, pc en smartphone geïnformeerd worden over de doorstroming op de wegen en de bezetting van de parkeergarages.

6. Communiceer de maatregel richting de buitenwereld

Communicatie met de buitenwereld bepaalt het imago van de stad. Potentiële bezoekers moeten niet het idee krijgen dat de binnenstad moeilijk te bereiken is. Ze moeten juist het beeld hebben van een aantrekkelijke binnenstad, waar het prettig is om te winkelen of ontspanning te zoeken. Promoot de autoluwe binnenstad dus. In Zwolle worden, door een arrangeur en in samenwerking met ondernemers en evenementenorganisatoren, combinaties van deur-tot-deur-maatregelen ontwikkeld en aantrekkelijke maatwerkoplossingen aan bezoekers geboden.

Wat nu?

Interviews met beleidsmedewerkers, bezoekers, ondernemers uit Den Bosch en Den Haag laten zien dat het aantrekkelijker is geworden om te verblijven en deel te nemen aan activiteiten in de binnensteden. De verschillende partijen geven aan dat bovenstaande tips de maatregelen nog effectiever kunnen maken. Een kwantitatieve onderbouwing is echter niet voorhanden. Verder onderzoek is dus nodig om van de tips ook daadwerkelijk handvatten voor beleidsmedewerkers te maken.

Meer informatie

- CROW Publicatie 273 'Succesvolle openbare ruimtes': www.crow.nl/273
- CROW Publicatie 333 'Lopen loont': www.crow.nl/333
- Publicatie 'Vervoer naar retail': www.crow.nl/K-D14973
- V&V-bericht nr. 112: Mythes rond auto en parkeren doorgeprikt: www.crow.nl/K-D13047

CROW-KpVV

In opdracht van de gezamenlijke overheden voert CROW een KpVV-Meerjarenprogramma uit, met als doel een bijdrage leveren aan het competenten maken van de overheid op het gebied van mobiliteit. CROW-KpVV is actief op de volgende gebieden: Collectief Vervoer, Fiets (onder het merk CROW-Fietsberaad), Mobiliteit en Wegontwerp. In een breed netwerk met andere kennisinstellingen en maatschappelijke organisaties is CROW-KpVV betrokken bij actuele ontwikkelingen in het decentrale beleid en verspreidt en borgt relevante kennis. CROW-KpVV signaleert nieuwe ontwikkelingen, geeft aan wat hun betekenis is en wat de gevolgen kunnen zijn.

Colofon

Voor meer informatie over dit onderwerp:

Rowan van de Weerd
E-mail: rowan.vandeWeerd@crow.nl

Met dank aan Lincy Boekestijn, afstudeerder bij CROW.

uitgave

CROW-KpVV, Ede
Deze uitgave is gefinancierd uit het KpVV-Meerjarenprogramma dat CROW uitvoert namens de gezamenlijke overheden. CROW-KpVV heeft als doel een bijdrage leveren aan het competenten maken van de overheid op het gebied van mobiliteit.

vormgeving

Inpladi bv, Cuijk

druk

ColourPrint, Veenendaal

productie

CROW media

contact

CROW klantenservice:
klantenservice@crow.nl of 0318 69 53 15

bestellen

Deze uitgave is gratis te downloaden via www.crow.nl/K-D1155

**Praktische kennis
direct toepasbaar**