

Aan de leden van de Raad en fractiemedewerkers
Beantwoording vragen van de fracties van GroenLinks en ChristenUnie inzake Pakeercadeau op zondag.

GROENLINKS
ZIN IN HILVERSUM.NL

ChristenUnie

Artikel 41 vragen met betrekking tot het Parkeercadeau op zondag

Schriftelijke vragen (art. 41 RvO) van de fracties GroenLinks en ChristenUnie in de gemeenteraad Hilversum

Datum: 7 december 2015

Geacht College,

In het persbericht van 20 november 2015 met de titel 'Parkeercadeau op zondag', (http://www.hilversum.nl/Inwoners/Nieuwspagina/Nieuws/November_2015/Parkeercadeau_op_koopzondag) kondigt u aan om parkeerkaarten uit te gaan delen. Het idee is, volgens het persbericht, dat daarmee het bezoek aan het centrum van Hilversum 'nog aantrekkelijker wordt'. In een gezamenlijke actie van ondernemers, centrummanager en gemeente worden op koopzondagen bij besteding van minimaal € 25,- parkeerkaarten uitgedeeld. Met deze parkeerkaarten kunnen bezoekers in het eerste kwartaal van 2016 eenmalig gratis parkeren in de gemeentelijke parkeergarage Gooische Brink. Het college heeft voor deze actie € 20.000,- over.

Deze actie leidt bij de fracties van Groenlinks en ChristenUnie tot de volgende vragen:

Doel van de actie

1. Wat is het exacte doel van deze actie?
2. Welk vastgesteld beleidsdoel denkt het college met deze actie precies te dienen?
3. Welke alternatieve opties zijn door u overwogen en waarom zijn deze afgefallen?

4. Wanneer vindt het college de actie een succes?
5. Welke beoordelingscriteria hanteert u daarbij?
6. Hoe monitort u de antwoorden bij vraag 3 en 4?
7. Overweegt u –bij succes- herhaling?
8. Het is een gezamenlijke actie met 'de ondernemers', wie zijn dat precies?
9. Waarom kiest u juist voor een parkeercadeau '*op zondag*' en niet op andere dagen?
10. Heeft de koopzondag in Hilversum een dergelijke stimulans nodig? Kunt u getalsmatig aangeven hoe goed het centrum op koopzondagen bezocht wordt ten opzichte van andere winkeldagen?

Verkeer

11. Waarom kiest het college juist voor het stimuleren van autoparkeren en dus het belonen van de komst met de *auto*?
12. Wat is het effect van deze actie op de bereikbaarheid van het Hilversumse centrum?
13. Kunt u dat kwantificeren in termen van aantal voertuigen en toegenomen wachttijd op de routes naar het centrum?

Financieel

14. Via welke post uit de gemeentelijke middelen stelt u deze € 20.000,- ter beschikking?
15. Hoe is het college voor dit bedrag gemandateerd (er is geen raadsbesluit gevraagd)?
16. Hoe ligt de financiële verhouding van de bijdragen van de gemeente en ondernemers aan deze actie?

Wij verzoeken u deze vragen ten spoedigste te beantwoorden omdat wij deze willen betrekken bij de komende discussies en onze afwegingen rond de structuurvisie verkeer&vervoer en het nieuwe parkeerbeleid.

Met vriendelijke groet,

Jan Kastje
GroenLinks

Jan de Wit
ChristenUnie

Antwoorden van burgemeester en wethouders d.d. 5 januari 2016 van de artikel 41 vragen van GroenLinks en ChristenUnie met betrekking tot het Parkeercadeau op zondag.

Vraag:

1. Wat is het exacte doel van de actie?

Antwoord:

Doel van de actie is om bezoekers in de decemberperiode gastvrij te ontvangen en te verleiden tot een herhaalbezoek in het rustigere eerste kwartaal van 2016.

Vraag:

2. Welk vastgesteld beleidsdoel denkt het college met deze actie precies te dienen?

Antwoord:

De gemeente werkt met ondernemers, organisaties en vastgoedeigenaren aan een aantrekkelijker centrum. Deze ambitie is opgenomen in de recent door de raad vastgestelde Centrumvisie.

Vraag:

3. Welke alternatieve opties zijn door u overwogen en waarom zijn deze afgefallen?

Antwoord:

De actie is ontstaan op initiatief van de ondernemers, organisaties en vastgoedeigenaren binnen het Platform Centrum. Het voorstel (parkeren, koopzondagen) is afkomstig van deze partijen, niet van de gemeente. Er waren geen alternatieve voorstellen. Het voorstel sluit aan bij de ambitie om het centrum aantrekkelijker te maken en daarbij meer bezoekers (ook van buiten Hilversum) te trekken.

Vraag:

4. Wanneer vindt het college de actie een succes?

Antwoord:

De actie is voor ondernemers, organisaties, vastgoedeigenaren en gemeente een succes als bezoekers bij het uitreiken van het parkeercadeau een positieve ervaring hebben en bezoekers in het eerste kwartaal van 2016 een herhaalbezoek brengen aan het centrum.

Vraag:

5. Welke beoordelingscriteria hanteert u daarbij?

Antwoord:

Beoordelingscriteria:

- a. aantal bezoekers dat een kassabon toont en in ruil hiervoor een parkeercadeau ontvangt*
- b. reacties van bezoekers bij het verkrijgen van het parkeercadeau*
- c. aantal bezoekers dat de kaart daadwerkelijk in het eerste kwartaal 2016 benut en daarmee dus een herhaalbezoek brengt aan het centrum*

6. Hoe monitort u de antwoorden bij vraag 3 en 4?

Vraag:

Antwoord:

De actie wordt na het 1^e kwartaal 2016 door het Platform Centrum geëvalueerd. In de evaluatie worden de beoordelingscriteria meegenomen. Monitoring vindt plaats door de ondernemers die de actie organiseren (5a. en 5b.) en via parkeerbeheer (5c.).

7. Overweegt u – bij succes – herhaling?

Vraag:

Antwoord:

Dat is afhankelijk van de uitkomst van de evaluatie. Het College is echter blijvend op zoek naar manieren om in samenwerking met ondernemers, organisaties en vastgoedeigenaren het centrum positief onder de aandacht te brengen en daarmee de ambitie binnen bereik te brengen.

Vraag:

8. Het is een gezamenlijke actie met ‘de ondernemers’, wie zijn dat precies?

Antwoord:

Het initiatief komt voor uit het Platform Centrum. Dit is een breed overleg van vertegenwoordigers uit de horeca, cultuur, retail en vastgoedeigenaren in het centrum.

Vraag:

9. **Waarom kiest u voor een parkeercadeau op zondag en niet op andere dagen?**

Antwoord:

Dit was het voorstel van ondernemers, organisaties en vastgoedeigenaren.

Vraag:

10. **Heeft de koopzondag in Hilversum een dergelijke stimulans nodig? Kunt u getalsmatig aangeven hoe goed het centrum op koopzondagen bezocht wordt ten opzichte van andere winkeldagen?**

Antwoord:

Het centrum als geheel heeft elke stimulans nodig die het kan krijgen. Recente cijfers over bezoekersaantallen op koopzondagen zijn niet beschikbaar.

Vraag:

11. **Waarom kiest het college juist voor het stimuleren van autoparkeren en dus het belonen van de komst met de auto?**

Antwoord:

Dit was het voorstel van ondernemers, organisaties en vastgoedeigenaren. Het bevorderen van het autogebruik is geen uitgangspunt, wel het trekken van meer bezoekers, waaronder regiobezoekers, naar het centrum. De actie sluit aan bij dat streven.

Vraag:

12. **Wat is het effect van deze actie op de bereikbaarheid van het Hilversumse centrum?**

Antwoord:

Het (negatieve) effect van de actie op de bereikbaarheid van het centrum is verwaarloosbaar.

Vraag:

13. **Kunt u dat kwantificeren in termen van aantal voertuigen en toegenomen wachttijd op de routes naar het centrum?**

Antwoord:

In het eerste kwartaal van 2016 zullen naar verwachting circa. 50.000 kortparkeerders parkeergarage Gooische Brink bezoeken. Wanneer alle parkeerkaarten worden benut en het volledig gaat om extra bezoekers (niet om bezoekers die anders toch al gekomen zouden zijn), dan gaat het om over het hele kwartaal verspreid een toename van het aantal kortparkeerders met 5%. De toegenomen wachttijd is gelet hierop verwaarloosbaar.

Vraag:

14. Via welke post uit de gemeentelijke middelen stelt u deze € 20.000,- ter beschikking?

Antwoord:

Dekking vindt plaats binnen de parkeerbegroting.

Vraag:

15. Hoe is het college voor dit bedrag gemandateerd (er is geen raadsbesluit gevraagd)?

Antwoord:

Het mandaat ligt bij de portefeuillehouder. Het uiteindelijke verbruik van de parkeerkaarten zal immers onder de € 10.000 liggen. Een (beperkt) deel van de kaarten zal niet worden benut. Een groot deel van de bezoekers zal het gebruikelijke aantal uren (minder dan 3 uur) parkeren, dus niet de volledige dagkaart benutten. Daarnaast staat de parkeergarage in het eerste kwartaal niet vol en wordt hiermee dus onbenutte ruimte alsnog benut.

Vraag:

16. Hoe ligt de financiële verhouding van de bijdragen van de gemeente en ondernemers aan deze actie?

Antwoord:

De ondernemers, organisaties en vastgoedeigenaren dragen in inzet van uren en out-of-pocketkosten circa € 10.000,- aan de actie bij.

Hoogachtend,
Burgemeester en Wethouders van Hilversum,
de secretaris, burgemeester

K.E.M. van Elk, l.s.

P.I. Broertjes