

# Waardegroei van parkeerassets dankzij online succes

Stedelijke mobiliteit verandert in hoog tempo. Steeds meer gemeenten streven naar autoluwe, groene binnensteden. Prima, vinden acquisition manager Mariska Kornet en head of marketing & sales Vincent Raaphorst van Interparking, maar steden moeten wel bereikbaar blijven. Dat vraagt om evenwichtskunst en vooral: innovatief vermogen. Interparking heeft dat in huis. Hier combineren ze hoogwaardig vastgoed met een ijzersterke marketingaanpak. 'Wij maken parkeren gemakkelijk.'

in- en uitritten.' Maar de focus ligt niet alleen op goede garages, benadrukt Vincent Raaphorst. 'We onderscheiden ons ook doordat we het hele verzorgingsgebied erbij betrekken. Zo kijken we welke aantrekkelijke bestemmingen er in de omgeving zijn en zoeken we de samenwerking op met bijvoorbeeld musea, restaurants, hotels en evenementen. Op deze manier bieden wij hun gasten, tegen aantrekkelijke tarieven, een zorgeloze parkeerervaring en fungeren zij als ambassadeur voor onze parkeerlocatie. Daarnaast kunnen mensen bij het plannen van een activiteit, dankzij een slimme aanpak op het gebied van online marketing, direct een parkeerplek reserveren. Ook dat is een onderdeel van zorgeloos parkeren.'

#### Locaties aan de rand van het centrum

Interparking speelt in op de trend van autoluwe, groene binnensteden. 'Wij kiezen voor goed bereikbare locaties in en aan de rand van het centrum', laat Mariska weten. 'Van daaruit kunnen mensen makkelijk naar de binnenstad wandelen of overstappen op een huurfiets, deelscooter of het openbaar vervoer. Deze aanpak voor 'last mile' oplossingen zorgt ervoor dat de openbare ruimte meer plek biedt voor ontmoeting, terrassen, winkelen en sportieve activiteiten. Neem onze nieuwste parkeergarage Boulevard in Scheveningen. Dat is een garage met horeca en een groen dakpark van 12.000 m<sup>2</sup> met circa 290 zonnepanelen, afgestemd op het duinlandschap. Daarmee krijgt het gebied een enorme impuls. Zo dragen we bij aan de kwaliteit van de publieke ruimte en aan gezonde, leefbare steden.'

#### Hoofdrol voor digitalisering

Als head of marketing & sales is Vincent verantwoordelijk voor een succesvolle exploitatie van de garages en het aantrekken en behouden van klanten. Een uitdaging die hij met plezier en creativiteit aangaat. Bij het zoeken naar innovatieve oplossingen is een hoofdrol weggelegd voor digitalisering. 'De klantreis begint al voor je in de auto stapt', aldus Vincent. 'Ook online moet de klantbeleving top zijn en aansluiten bij de wensen van de consument. Daarom hebben we gebruiksvriendelijke websites die helemaal zijn toegesneden op een specifieke garage en de omgeving. Met slimme content zorgen we dat deze websites hoog in de zoekresultaten komen, zodat de klant ze makkelijk kan vinden, zowel organisch als via partners.' Ook aansluiting op navigatiesystemen is een must. Zo zijn de garages zichtbaar in veelgebruikte navigatiesystemen en routeplanners zoals Waze, Google Maps en de ANWB.

#### Strategische mix online en offline

Om extra parkeerders te trekken, kiest Interparking voor een strategische mix van online en offline communicatiekanalen. Dat blijkt een sterke combinatie. Neem de mediacampagne 'Parkeren in de stad, goedkoper dan je dacht', bedoeld om betaalbaar parkeren in grote steden onder de aandacht te brengen. Daarbij werd informatie op grote billboards langs snel- en toegangswegen gecombineerd met websites en social mediakanalen. Dat had direct een positief effect op het gebruik en bekendheid van het reserveringsplatform.



Een stabiel bedrijf, financieel robuust en met een visie op de lange termijn. Dat is Interparking, specialist in kwalitatieve, hoogwaardige en duurzame parkeervoorzieningen. Interparking koopt en huurt panden die het zelf exploiteert en verzorgt daarnaast het beheer voor derden, zoals gemeenten, kantoren, winkelcentra en ziekenhuizen. 'De mix van beheer en zelf exploiteren is een voordeel; het houdt ons scherp en innovatief. Bovendien kunnen we de kennis die we in onze garages opdoen, ook inzetten in de garages die we voor derden beheren', verklaart Mariska Kornet. 'Daarmee voegen we waarde toe aan vastgoed.' Als acquisition manager is zij verantwoordelijk voor het toevoegen van nieuwe parkeervoorzieningen aan de portefeuille. 'We zijn een bedrijf met historie en een gezonde

groei', vertelt ze enthousiast. 'Er is echt sprake van een groeispurt. Hadden we 10 jaar geleden zo'n 50 locaties, inmiddels zijn dat er 130 met in totaal meer dan 60.000 plaatsen. Verdeeld over mooie flagships zoals de Markthal en IJDock.'

#### Kiezen voor kwaliteit

De groei is het resultaat van een duidelijke visie en een sterke focus op de klant. 'Onze kracht is dat we op alle fronten voor kwaliteit kiezen', verklaart Mariska. 'Het bezorgen van een optimale klantbeleving is onze hoogste prioriteit. Zo stellen we hoge eisen aan het ontwerp. Onze garages hebben altijd een brede entree, ruime parkeervakken zonder kolommen, goede verlichting, duidelijke bewegwijzering en meerdere

**Naam:** Vincent Raaphorst  
**Bedrijf:** Interparking  
**Werkt als:** Head of Marketing & Sales  
**Vooraf bezig met:** Genieten van mijn gezin, mooie reizen maken en mijzelf uitdagen met sportieve prestaties  
**Wil bereiken:** Voor organisaties en maatschappij impact maken met verfrissende marketing- en data gedreven oplossingen én perfecte klantbeleving  
**Over tien jaar:** Ik hoop dat ik dan gelukkig en gezond ben met de dierbare mensen en familie om mij heen  
**Leukste collega:** Dat zijn de collega's die doen wat ze zeggen en mij energie en inspiratie geven. Maar ook de collega waarmee je kunt lachen om en naast het werk  
**Buiten de deur naar:** Ik ga graag de deur uit naar een leuke bruisende stad, mensen ontmoeten, samenzijn met bekenden en mijzelf ook op kunst en cultureel vlak te laten inspireren. Maar ik kan mijzelf ook net zo goed even opladen door een lange stille wandeling in de natuur te maken en de mooiste plekjes van

Nederland ontdekken  
**Een deal met/over:** Wanneer het lukt om bezoekers van een publiekstrekker via een mooie partnership te kunnen faciliteren naar één van onze mooie parkings. Of een samenwerking met een mobiliteits- of verkoopplatform waarmee we een groot bereik genereren binnen de doelgroep  
**De stand van het land:** We mogen wel wat begripvoller naar elkaar zijn  
**De belangrijkste economische ontwikkeling:** Het laten keren van de hoge inflatieontwikkeling en de kanselijkheid in de samenleving  
**De belangrijkste geopolitieke ontwikkeling:** De positie van een sterk en verenigd Europa t.o.v. de rest van de wereld is nu relevanter dan ooit  
**Uitkijken naar:** De volgende wintersportreis, in de bergen zijn is het mooiste wat er is  
**Zorgen voor/over:** Het lijkt tegenwoordig wel een trend om overal maar het woord crisis op te plakken. Laten we daar mee ophouden, creëert onnodige onrust. Kom met perspectief en gedragen oplossingen  
**Niet vergeten:** Mijn telefoon weer uit de auto mee te nemen

**Onmisbaar:** Mijn twee zoons  
**Belangrijkste persoon/personen:** Mijn lieve vrouw, zij is voor mij de spil van een stabiele basis voor alles  
**Weggeven:** Een tweede leven voor kleding die ik niet meer draag  
**Aanvaarden:** Accepteer dat er soms ongeplande gebeurtenissen in je leven plaats vinden. En toch, probeer deze zo goed mogelijk te omarmen, ze brengen vaak ook onverwacht weer nieuwe positieve dingen met zich mee  
**Veranderen:** Ik ben op zich juist vrij standvastig, veranderen doe ik alleen als er een beter of duurzamer alternatief is voor het huidige  
**Durven:** Durf en moed zijn één van de elementen die je kunnen brengen in het leven  
**Goede voornemens:** Zorgen voor een gezonde balans van je lichaam en geest is eigenlijk het belangrijkste wat er is. Wees zuinig op je lichaam, investeer in gezonde voeding en beweging en rust  
**Vrije tijd:** Ik wandel en ontdek graag de natuur en maak graag mooie trips op de racefiets



### Dynamic pricing zorgt voor optimaal rendement

Het inzetten van dynamic pricing werpt steeds meer zijn vruchten af. 'Door te kijken naar de bezetting op verschillende dagen en dagdelen, de evenementen in de omgeving en de prijs van de concurrent bieden wij de juiste prijs aan op het juiste moment,' legt Vincent uit. 'Boek je lang van tevoren of op een rustige dag, dan parkeer je al een hele dag in Amsterdam voor slechts € 10,-. Met deze voordeeltarieven worden extra bezoekers naar de garage getrokken middels aantrekkelijke campagnes. Is er een dag met een hogere parkeerdruk, bijvoorbeeld tijdens een groot evenement, dan kan de prijs naar boven oplopen. Met dynamic pricing optimaliseert Interparking de prijzen op basis van data-analyses, zodat er een maximaal rendement behaald wordt. Het resultaat: een hogere bezetting en een hoger rendement voor de eigenaar.'

### Consument omarmt online reserveren

Steeds meer consumenten ontdekken het gemak en de voordelen van het online reserveren van een parkeerplaats. Het aantal online boekingen zit flink in de lift. Van circa elke 5 websitebezoekers boekt er



gemiddeld één al direct een parkeerplek. 'Een mooi conversiepercentage', constateert Vincent tevreden. Op sommige locaties reserveert zelfs al meer dan de helft van alle bezoekers online een parkeerplaats. Als voorbeeld noemt Mariska de parkeergarages IJ-oever en IJDock in Amsterdam. 'Hoewel ze niet hartje centrum liggen, is er wel sprake van een goede aanrijroute en bereikbaarheid. Door een mix van goede vindbaarheid, aantrekkelijke tariefstelling en online productaanbod weten steeds meer mensen de weg naar deze garages te vinden.' Vincent vult aan: 'We proberen ook actief om klanten te binden, bijvoorbeeld met een nieuwsbrief die toegang geeft tot exclusieve voordelen. En dat werkt. Wie eenmaal het gemak van online reserveren bij ons heeft ontdekt, komt terug.'

### Future proof

Kortom: tevreden klanten, een betere bezetting van de garages, een hoger rendement en *last but not least*: leefbare steden. Mariska en Vincent kijken dan ook met vertrouwen naar de toekomst. Slimme oplossingen maken parkeren voor de klant steeds makkelijker en plezieriger. Zo gaat de slagboom niet alleen automatisch omhoog als je binnenrijdt, maar zie je ook je eigen naam op het digitale scherm verschijnen en wordt er aangegeven in welke sectie je het beste kunt parkeren: een persoonlijk welkom! En in plaats van in de rij voor de betaalautomaat, kun je gewoon via een QR-code mobiel betalen. Ook wat Interparking zelf betreft, zijn ze positief gestemd. 'We ontwikkelen een parkeergarage voor de komende vijftig jaar. Dat vraagt dat we innovatief blijven. Door te focussen op mobiliteitsoplossingen voor leefbare steden zorgen we dat onze garages echt future proof zijn.'

**Naam:** Mariska Kornet  
**Bedrijf:** Interparking  
**Werkt als:** Acquisition Manager  
**Vooraf bezig met:** Mobiliteit en vastgoed  
**Wil bereiken:** Het volgende Interparking flagship project binnen loodsen  
**Over tien jaar:** Veels te ver weg, maar toch ook eng dichtbij. Ik hoop op een maatschappij met meer sociale verbinding en een beter milieu  
**Buiten de deur naar:** Een leuke en inhoudelijke meeting met een nieuwe partner of bestaande relatie om te sparren over een parkeervraagstuk of samenwerking  
**Uitkijken naar:** De volgende vakantie  
**Onmisbaar:** Familie en vrienden  
**Veranderen:** Continu, maar wel met

een duidelijk doel en kernwaarden. Is goed voor de creativiteit  
**Durven:** Buiten de lijntjes kleuren en je gevoel achterna gaan  
**Vrije tijd:** Sporten, vrienden en familie opzoeken, lekker samen eten en het thuis gezellig maken  
**Lijstjes 2022 Podcasts/RTV programma's:** BNR Mobility en Vastgoed gezocht, De Jortcast, Alledaagse vragen  
**Sportmomenten:** Rafa in tranen bij het afzwaaien van Roger Federer, het EK handbal voor de mannen en de knappe prestaties van het Nederlands team! Test cricket kijken met mijn pa in het Lords stadion Engeland vs Nieuw Zeeland in Londen, helemaal fit over de finish van de halve marathon van

Rotterdam  
**Favoriete vakantieplekken:** Van 2022? Zoveel ben ik dit jaar helaas niet weggeweest! Over het algemeen gaat het nooit verkeerd met een leuke plek in Spanje, Italië of Oostenrijk, maar een langere reis naar een verre bestemming kriebelt ook wel weer  
**Hebbedingen:** 2022 goes digital met mijn earpods en smartwatch. Normaal ben ik niet zo van de technologie, maar deze gaan nu overal mee naartoe