

Drie trends ziet WPS Parking

Elektrische voertuigen, parkeerdruk en PaaS

De doorbraak van elektrische voertuigen, de parkeerdruk in binnensteden en Parkeren as a Service (PaaS). Dat zijn volgens Jesse Heitlager, technology director bij WPS Parking Systems, onderdeel van Dynniq, de voornaamste trends.

PETER BEKKERING

In zijn functie houdt Heitlager zich bezig met product management en product development. 'Daarbij zorg ik dat WPS voor parkeren naast betrouwbare hardware vooral slimme software-oplossingen biedt. We zien het kortom niet meer als automatisatie dat een goede parkeerervaring veel hardware vereist. Overigens verwacht ik niet dat slagbomen zullen verdwijnen: enerzijds omdat het voor de exploitant een effectief middel is om er zeker van te zijn dat hij zijn omzet binnen heeft, anderzijds omdat het voor de consument een heldere bevestiging van de afronding van de parkeertransactie is.'

Doorbraak elektrische voertuigen

Heitlager zag in 2017 drie belangrijke trends. 'De eerste is dat 2017 het jaar is waarin elektrische voertuigen definitief hun plek in de markt hebben gekregen. Je ziet ook dat de eerste landen en regio's bezig zijn bij nieuwe parkeergarages in hun regelgeving en procedures voor de bouwvergunning een verplichte percentage – tot 20 procent – aan laadpuntcapaciteit op te nemen. Ook Nederland zal die kant op moeten, want je zult iets moeten doen met elektrisch laden en een parkeergarage is daarvoor een logische beginplek. Daar komt bij dat er grote investeringen voor nodig zijn en dat het problemen kan gaan geven in de elektriciteitsvoorzie-

ning vanuit de nutsbedrijven.' Hij legt uit: 'Als een substantieel deel van de auto's gaat opladen in de garage, is het huidige onderliggende stroomnet daarop niet toegerust.' Bij deze ontwikkeling is het voor WPS een toegevoegde waarde deel uit te maken van Dynniq, dat ook over specifieke energie-expertise

'Bij PaaS investeren klanten niet in parkeerapparatuur, maar leggen ze ons hun parkeerbehoefte uit'

beschikt en levert aan netwerkbeheerders. 'We weten daarom hoe we zo'n energienetwerk stabiel kunnen houden, ook bij piekbelasting.'

Parkeerdruk in binnensteden

De tweede trend heeft te maken met de parkeerdruk in binnensteden. 'Aan de ene kant zien we dat die druk toeneemt en aan de andere kant hebben veel winkels in binnensteden nog steeds de grootste moeite om het hoofd boven water te houden en om een experience te leveren die vergelijkbaar is met

Jesse Heitlager, technology director bij WPS Parking Systems



die van online-winkels. In de online-winkels word je bijvoorbeeld continu gewezen op alternatieven en is er steeds cross selling. Als WPS zien we een taak voor ons weggelegd om als parkeerleverancier de lokale ondernemers te helpen om een net zo breed belevingsspectrum aan te bieden. Tenslotte begint het fysieke bezoek van de consument aan de binnenstad in de garage. Wij zijn nu bezig om via een loyaltyprogramma met meerdere winkeliers het parkeren en het winkelen aan elkaar te knopen. Een onderdeel daarvan is flash advertising. Een koffiebar heeft nog plekken vrij en adverteert

'Als parkeerleverancier helpen wij lokale ondernemers bij het aanbieden van een net zo breed belevingsspectrum als bij online-winkels'



realtime op het parkeerkaartje voor een beperkte periode, bijvoorbeeld een uur. Daarnaast kunnen retailers bij aanschaf van producten ook het parkeerkaartje voor consumenten vergoeden, waardoor deze in feite gratis parkeert.'

Heitlager gaat ook nog in op het andere aspect van de toegenomen parkeerdruk. 'Wij willen kleine en niet-openbare parkeerlocaties vanaf 30 parkeerplaatsen ontsluiten. Bijvoorbeeld privéparkeerterreinen van appartementencomplexen of bedrijventerreinen, die zich in een hoogvolumegebied bevinden. Wij geven daarbij als WPS de VVE van zo'n complex of het bedrijventerrein de

tools om zowel aan bedrijven een aantal plekken te verhuren als aan toevallige passanten. De gebruiker heeft vervolgens alleen zijn pinpas nodig om toegang te krijgen en af te rekenen.'

Parkeren as a Service

De derde trend ten slotte is de opkomst van betalen met de smartphone bij parkeren. Hoewel er al veel mogelijk is, is het een toegangsmiddel dat hooguit 80 tot 90 procent kan dekken. En dat laatste is voor exploitanten niet goed genoeg, zegt Heitlager. 'Je loopt een deel van je omzet mis. Je ziet dan ook dat exploitanten huiverig beginnen te worden om te investeren in hardware, in apparatuur

die tien jaar lang hetzelfde blijft.' WPS speelt hierop in met Parking as a Service (PaaS). 'Daarbij investeren klanten niet in parkeerapparatuur, maar leggen ze ons hun parkeerbehoefte uit. Wij ondersteunen hen vervolgens daarbij. Een exploitant kan zo ultiem flexibel zijn. Met PaaS kunnen wij als WPS de exploitant voor twee jaar bijvoorbeeld een cashkassa verhuren. Na die periode kan de exploitant per maand beslissen: de kassa teruggeven en zich alleen richten op pinnen en mobiel betalen, of doorgaan met het accepteren van cash. Hetzelfde kan ook met andere apparatuur. Op deze manier dekken we voor de exploitant het risico bij een veranderende behoefte van de consument af.'