

**Keuzes van reizigers zijn te beïnvloeden door het prijsbeleid aan te passen. Op vrijdag 5 april, tijdens het tiende seminar in de seminarreeks ‘De Toekomst op de Rails’, werd gekeken naar de effecten van prijzen op gedrag, naar financiering, en naar de afweging tussen optimaliteit en acceptatie. Wat is het juiste beprijzingsmodel voor het spoor?**

Erik Verhoef (Vrije Universiteit Amsterdam) begon al in 1992 met zijn proefschrift over beprijzingsmodellen. Destijds vroeg hij zich af of het onderwerp breed genoeg was, maar inmiddels 27 jaar later is er nog voldoende werk aan de winkel. “We zijn in de praktijk nog geen stap opgeschoten.”

Verhoef zet verschillende beprijzingsmodellen uiteen. Bruno de Borger (Universiteit Antwerpen) heeft ook veel ervaring in onderzoek over beprijzing in het openbaar vervoer, en bekijkt het spoorvervoer graag als een element van globaal mobiliteitsbeleid. Diana Vonk Noordegraaf (TNO) is gepromoveerd aan de TU Delft op de implementatie van prijsbeleid, en werkt dagelijks aan vraagstukken omtrent innovatief mobiliteitsbeleid.

### **Prijsbeleid**

De prijzen op het spoor zijn in Nederland relatief constant. Een reiziger betaalt veelal dezelfde prijs, onafhankelijk van wanneer hij reist, wanneer hij tot die reis besloten heeft en wie hij is. Dit is niet de slimste manier om met prijzen om te gaan. Gezien de ontwikkeling van technologie is het juist nu interessant om te kijken naar verschillende beprijzingsmodellen, stelt Verhoef. Nieuwe technieken, zoals het gebruik van de ov-chipkaart, maken het mogelijk voor sommige partijen om gedetailleerde reizigersinformatie in te zien. Deze data kan worden gebruikt om reizigersgedrag te analyseren, en om verschillende tarieven per persoon en per reis te hanteren. Ook volgens Vonk Noordegraaf kunnen door technologie veel persoonlijkere reisdiensten aangeboden worden.

Er zijn verschillende perspectieven vanuit waar de functie van het openbaar kan worden bekeken. Drie perspectieven die volgens Verhoef vaak worden genoemd zijn:

- 1) het maatschappelijk marktmodel, waarbij de maatschappelijke welvaart wordt gemaximaliseerd;
- 2) het sociaal model, waarbij het belangrijk is dat het openbaar vervoer toegankelijk is voor iedereen;
- 3) het alternatieve vervoersmiddel model, waarbij de functie van het openbaar vervoer wordt bekeken ten opzichte van andere mobiliteiten.

Vanuit de welvaartstheorie moeten tarieven gelijk zijn aan de marginale kosten. Omdat de marginale kosten lager zijn dan de gemiddelde kosten door schaalvoordelen, is het in dit geval kiezen tussen twee kwaden: verlies draaien (door het niet in rekening brengen van vaste kosten), of consumptiebeslissingen verstoren (door vaste kosten wel in rekening te brengen, waardoor de marginale kosten hoger worden dan de marginale baten). Volgens het sociaal

model moeten de tarieven laag zijn, zodat iedereen een treinkaartje kan betalen. Het alternatief vervoersmiddel stelt dat prijzen afgestemd moeten zijn op andere mobiliteiten. Als we dus zoeken naar het gewenste netwerk, de gewenste kwaliteit, en de gewenste tarieven van het spoor, kan dit per perspectief verschillen.

### **Sturingskracht**

Volgens Verhoef maken we te weinig gebruik van de sturingskracht van prijzen bij het beïnvloeden van reizigersgedrag. Met behulp van prijsdifferentiatie kunnen we reizigers sturen in het tijdstip, de plek en de richting van hun reis. Er zijn verschillende vormen van prijsdiscriminatie. Er kan gediscrimineerd worden tussen verschillende groepen reizigers (derdegraads), tussen verschillende reizigers die veel en weinig reizen (tweedegraads), en het is mogelijk om voor elke individuele verplaatsing een andere prijs te vragen (eerstegraads).

Derdegraads prijsdiscriminatie gebeurt al: kinderen, studenten en ouderen reizen goedkoper. Hoewel gepersonaliseerde prijzen ook al voorkomen, roept dit meer weerstand op. De Borger noemt dat het gebruik van deze eerstegraads discriminatie voor winstmaximalisatie van bedrijven een verkeerde indruk geeft. “Dat creëert wantrouwen.” Waar de grens ligt, is echter onduidelijk. Verhoef stelt dat het uit te leggen moet zijn aan de reiziger, bijvoorbeeld aan de hand van verdelingsdoelinden en financieringsbehoeften.

### **Ervaringen**

Uit projecten zoals *Spitsmijden in de trein* (Knockaert, Peer en Verhoef, 2013; MuConsult B.V., 2017), waarbij reizigers in de daluren een lager bedrag betalen dan in de spits, blijkt dat beloningen helpen om reisgedrag te beïnvloeden. Hoewel de grote positieve resultaten uit pilots met prijsdiscriminatie een indicatie geven van de mogelijke gedragseffecten van financiële prikkels, zijn de resultaten niet representatief voor alle reizigers. Bij de pilots is er sprake van zelfselectie; reizigers die verwachten dat ze voordeel kunnen halen uit hun flexibiliteit melden zich hiervoor aan. De sprekers delen dan ook de verwachting dat een bredere invoering van prijsdiscriminatie middels belonen tot kleinere effecten leidt. De verwachtingen zijn dat vooral de prijsgevoeligheid van werknemers lager ligt. De Borger: “Doordat reiskosten vaak worden vergoed door de werkgever, zijn werknemers lastiger te sturen met prijsprikkels.” Vonk Noordegraaf voegt hieraan toe dat prikkels als lease-auto’s reizigers nog minder snel voor het spoor laten kiezen, dus dit is een groep die lastig te beïnvloeden is

Wat betreft complexiteit van de prijsdiscriminatie blijkt dat reizigers aardig wat aan kunnen, maar alleen na gewenning. Nieuwe beprijzingsmodellen moeten dus niet in één keer ingevoerd worden, maar in stapjes. Verhoef: “Zet bescheiden in met differentiatie, en het liefst daar waar prijsdiscriminatie het meest oplevert.” Hoewel verschillen klein zijn, worden in pilots wel verschillen gevonden in de mate van complexiteit die reizigers aankunnen tussen verschillende opleidingsniveaus. Volgens De Borger kan dit mogelijk een probleem opleveren, al helemaal omdat prijsdifferentiatie vaak werkt met nieuwe technologieën. Dit conflicteert vooral met het sociaal model, dat stelt dat reizen met het openbaar vervoer toegankelijk moet zijn voor iedereen, dus ook voor reizigers die geen gebruikmaken van computers of smartphones.

### **Voorbeelden**

Verhoef noemt verschillende nieuwe manieren om prijsdiscriminatie toe te passen. Naast het dalurenabonnement is het bijvoorbeeld mogelijk om reizigers die minstens eens per maand over hetzelfde traject reizen aan te bieden om voor de eerste reis een relatief hoog bedrag te betalen, waarna na elke reis het bedrag daalt. De marginale kosten van iedere reis zijn, mits er

voldoende reizen worden gemaakt zodat de laatste reis het laagste tarief kent, gelijk aan de laagste prijs die in rekening wordt gebracht. Verhoef geeft aan dat in dit geval gedrag wordt gestuurd, zonder dat de gemiddelde opbrengst per reiziger verandert. Door een enkel kaartje minder te laten kosten dan de eerste reis voor kaarthouders, kan een eventuele drempel voor incidentele reizigers worden voorkomen.

Een ander idee is de invoering van verhandelbare spitsrechten. Een probleem daarbij is dat het complex is om het belang om reizigers uit de spits halen te verenigen met het belang om meer reizigers te vervoeren. Om de invoering van nieuwe beprijzingsmodellen aan te moedigen kan er in de aanbestedingsfase volgens Verhoef ook gestuurd worden om met slimme tariefstructuren te gaan werken.

### **Globaal mobiliteitsbeleid**

Vonk Noordegraaf en De Borger benadrukken dat het prijsbeleid op het spoor niet los gezien moet worden van andere modaliteiten. De Borger: “Wenselijke tarieven zijn afhankelijk van de rest van het mobiliteitsbeleid.” Ook kunnen we de prijzen niet los zien van eventuele infrastructuurproblemen en de beperking van de capaciteit van het openbaar vervoer. Volgens Vonk Noordegraaf zal het belang van integraal kijken naar mobiliteit alleen maar toenemen. Met de komst van allerlei nieuwe mobiliteitsdiensten (via platformen) – mobiliteit als dienst - wordt vervoer complexer. Het zijn vooral de jongeren die hieraan als eerste deelnemen. “Zonder maatregelen, leidt de introductie van de deelscooter- step en automatische auto tot minder reizen met de trein en de fiets worden gereisd, en er zal dan ook steeds minder worden gewandeld.” Hier zal rekening mee gehouden moeten worden in het prijsbeleid van het spoor.

Bij deelnemers aan het seminar speelt de vraag of we door de starre prijzen van andere modaliteiten, zoals de weerstand tegen een kilometerheffing, ov-gebruikers wel moeten ‘lastig vallen’ met prijsdifferentiatie. Verhoef: “Zonder prijsprikkels in het autovervoer wordt het nog belangrijker om mensen naar het openbaar vervoer te krijgen.” Wel moet er rekening gehouden worden met het politieke draagvlak van prijsbeleid. Onder beleidsmakers heerst toch een angst dat er onvoldoende steun is voor differentiatie. Ook moet er volgens Vonk Noordegraaf gewerkt worden aan de flexibiliteit en innovatie van het openbaar vervoer: “We moeten adaptief en flexibel genoeg zijn om de resultaten van pilots door te kunnen voeren.”

### **Volgende stap**

Onder de sprekers en de deelnemers van het seminar heerst een behoorlijke consensus over het nut van prijsdifferentiatie. Slimme prijsdiscriminatie zou de belangen van de verschillende vervoersperspectieven kunnen vertegenwoordigen. Omdat de eerste stap naar nieuw beleid vaak het lastigst is, stellen de sprekers voor om te beginnen met een simpele demonstratie van een nieuw beprijzingsmodel. “Laat resultaten zien, dan kunnen reizigers zien dat het ook voordelen heeft.”

### **Literatuur**

Knockaert, J., S. Peer en E. (2013) *Spitsmijden in de trein: gedragseffecten*. VU Amsterdam, Afdeling Ruimtelijke Economie. Te bekijken via [www.tweedekamer.nl](http://www.tweedekamer.nl)

MuConsult B.V. (2017) *Meta-Evaluatie Spitsmijdenprojecten*. Amersfoort. Te bekijken via <http://www.beterbenutten.nl/assets/upload/nieuws/Meta%20Evaluatie%20Spitsmijdenprojecten%20eindrapport.pdf>