

Vergaderjaar 2008–2009

31 305

Mobiliteitsbeleid

Nr. 97

BRIEF VAN DE MINISTER VAN VERKEER EN WATERSTAAT

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 26 november 2008

Hierbij bied ik u aan de publicatie van het Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid (KiM): *Psychologie en prijsbeleid*.¹

In het rapport is op basis van een literatuuronderzoek gekeken naar de invloed van psychologische gedragsmechanismen op de acceptatie en effectiviteit van prijsbeleid. De analyse laat zien dat de mate van acceptatie en de effectiviteit afhankelijk is van de manier waarop het prijszingsysteem wordt vormgegeven. De precieze wijze van betalen, de tariefstructuur, de hoogte van de tarieven en de veranderlijkheid daarvan, alsmede de informatie en communicatie over het systeem, zijn van invloed op de acceptatie en effectiviteit van het prijszingsysteem.

De belangrijkste conclusies zijn:

- indien te weinig of onjuiste informatie over de kilometerprijs ter beschikking wordt gesteld aan de automobilist, dan zou dit kunnen leiden tot onwetendheid, wantrouwen en foutieve of selectieve interpretatie van beschikbare kennis. Door het verschaffen van gerichte communicatie en informatie kan hierop worden ingespeeld;
- anticiperen op de vraag wat de kilometerprijs betekent voor de persoonlijke situatie kan bevorderlijk zijn voor de acceptatie en de effectiviteit. Bijvoorbeeld aan de hand van een kieswijzer («kilometercalculator»);
- de acceptatie en effectiviteit varieert naar persoonskenmerken: mensen die veel rijden, bewoners van het platteland en jongeren zijn minder te spreken over de kilometerprijs; mensen die weinig autorijden, in de steden wonen, en ouderen zijn positiever;
- op korte termijn zal men vermoedelijk conservatief en afwachtend reageren, zeker als men nog niet over voldoende informatie beschikt om afgewogen beslissingen te nemen. Pas op (middel)langere termijn gaan mogelijk echte gedragsveranderingen optreden. Meest ingrijpend zijn de veranderingen van woonlocatie en/of werklocatie. Maar ook een andere auto, een ander activiteitenpatroon of andere verplaatsingspatronen kunnen gevolgen hebben voor de mobiliteit en uithuizigheid;

¹ Ter inzage gelegd bij het Centraal Informatiepunt Tweede Kamer.

- per keer direct betalen is waarschijnlijk zeer effectief in termen van bewuste keuzes en verandering van gedrag, maar is niet bevorderlijk voor de acceptatie van de kilometerprijs. Directe feedback is een goed alternatief. Evenals direct betalen creëert dit immers een directe link tussen oorzaak (autorijden) en gevolg (betalen), waardoor de bewustwording over de kosten voor mobiliteit kan worden vergroot;
- door de variabilisering van de vaste kosten voor autobezit en gebruik zal zich een verschuiving voordoen van onbewust naar bewust betalen voor mobiliteit. Het effect van bewustwording zal vermoedelijk resulteren in een subjectieve kostenstijging (ook al is daar objectief gezien geen sprake van).

De minister van Verkeer en Waterstaat,
C. M. P. S. Eurlings