

Samenvatting

Acceptatie en effectiviteit van de kilometerprijs

Op verzoek van het Ministerie van Verkeer en Waterstaat heeft het KiM een literatuurstudie verricht naar psychologische aspecten van prijsbeleid en de kilometerprijs in het bijzonder. Het doel van de studie is om inzicht te geven in de acceptatie en effectiviteit van verschillende uitvoeringsvarianten van de kilometerprijs.

Persoonskenmerken en uitvoeringsvarianten

De acceptatie en effectiviteit van de kilometerprijs zijn mede afhankelijk van de leefsituatie en persoonskenmerken van individuen. Mensen die veel gebruik maken van de auto, woon-werkforensen die geen vergoeding krijgen, bewoners van het platteland en jongeren zijn minder te spreken over de kilometerprijs, terwijl diegenen die weinig autorijden, forensen die de woon-werkreis vergoed krijgen, stedelingen en ouderen positiever zijn. Vaak geldt dat de (afgedwongen) effectiviteit het hoogste is voor diegenen die het minst positief zijn over de kilometerprijs (geringe acceptatie). Dat zal bijvoorbeeld het geval zijn bij mensen die veel gebruikmaken van de auto.

Daarnaast worden de acceptatie en de effectiviteit beïnvloed door de uitvoeringsvarianten en vormgeving van de kilometerprijs. Voorbeelden daarvan zijn de wijze van betalen (hoe en wanneer betalen), de tariefstructuur (hoogte van de tarieven en de complexiteit van de tarieven) en de wijze van informatievoorziening.

In dit rapport is onderzocht hoe de diverse uitvoeringsvarianten samenhangen met verschillende psychologische gedragsmechanismen en wat dit betekent voor de acceptatie en effectiviteit van de kilometerprijs. Dit levert de volgende aandachtspunten op voor de vormgeving van de kilometerprijs:

Wijze van betalen en feedback over de kosten

- *Pay as you go* (direct betalen) is naar verwachting zeer effectief in termen van bewuste keuzen en gedrag, maar is niet bevorderlijk voor de acceptatie van de kilometerprijs;
- Directe feedback creëert een directe link tussen oorzaak (autorijden) en gevolg (betalen), waardoor de bewustwording over de kosten voor mobiliteit (en dus ook de effectiviteit van de kilometerprijs) kan worden vergroot;
- Het achteraf factureren van de kosten komt naar verwachting de acceptatie ten goede, een korte betalingstermijn is in dat geval bevorderlijk voor de effectiviteit.

Hoogte van de tarieven

- Te lage tarieven zijn niet effectief, te hoge tarieven zijn niet acceptabel. Algemene uitspraken over de 'juiste' tarieven zijn echter lastig te geven en zullen verschillen van persoon tot persoon (afhankelijk van leefsituatie, inkomen, woonlocatie, werkplek, et cetera);
- Door de variabilisering van de 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). Dit komt de effectiviteit weliswaar ten goede, maar is mogelijk niet goed voor de acceptatie van de kilometerprijs.

Complexiteit van de tarieven

- Logische, eenduidige informatie over de tariefstructuur is bevorderlijk voor de acceptatie en de effectiviteit;
- Als vooraf informatie wordt verschaft over de verwachte kosten (zoals nu al de verwachte reistijd wordt aangegeven door route-informatiesystemen), dan komt dat waarschijnlijk zowel de acceptatie als de effectiviteit ten goede.

Informatievoorziening

- De weerstand tegen de kilometerprijs lijkt vooral te worden gevoed door onwetendheid, wantrouwen en foutieve of selectieve interpretatie van beschikbare kennis;
- Door mensen voorafgaand aan de invoering van de kilometerprijs hierover te informeren via advertenties, folders en websites, zou de acceptatie en de effectiviteit kunnen worden bevorderd;
- Inzicht verschaffen in de gevolgen van de kilometerprijs voor de persoonlijke situatie kan bijdragen aan de acceptatie en effectiviteit van de kilometerprijs. Bijvoorbeeld aan de hand van een kieswijzer ('kilometercalculator'), die bij voorkeur door een onafhankelijke partij wordt beheerd.