

Aanleiding

Innovatieve beprijzingssystemen (betalen voor mobiliteit) kunnen bijdragen aan meer duurzame transportsystemen. In dit project is naar verschillende vervoerswijzen gekeken (voor wegtransport en openbaar vervoer), naar verschillende technologieën binnen de vervoerswijzen (zoals elektrisch versus conventionele brandstof auto's), naar verschillende betrokkenen (reizigers en belangrijkste stakeholders) en naar de interactie tussen infrastructuur en stedelijke netwerken. Ook is expliciet rekening gehouden met de uitvoerings- en transitiefase.

Uitkomsten en aanbevelingen

Prijsbeleid vormgeven

Hoe kan prijsbeleid in verkeer worden vormgegeven? En wat zullen de effecten zijn, rekening houdend met de relatie tussen transport enerzijds en de stedelijke economie anderzijds?

- Het feit dat arbeid wordt belast, verstoort de stedelijke arbeidsmarkten in economische zin. Dit betekent dat prijsbeleid in het verkeer zou moeten worden aangepast. De wijze waarop dit moet gebeuren, varieert per ruimtelijk gebied in een stad. Wanneer geen rekening wordt gehouden met deze arbeidsmarktverstoringen, kan prijsbeleid de welvaart verlagen in plaats van verhogen.
- De relatie tussen vervoer en stedelijke woningmarkten kan ook worden verstoord, bijvoorbeeld vanwege hypothecaire belastingaftrek of beperkingen in bouwhoogte. Als overheidsingrijpen in deze markten via prijsinstrumenten plaatsvindt, zou de belasting in de transportmarkt moeten worden aangepast. Maar wanneer de interventies in de huizenmarkt via directe regulering verlopen, is dit niet het geval.
- Lokale overheden kunnen verstoringen veroorzaken als ze elk afzonderlijk prijsbeleid voeren binnen hun jurisdictie. De bijbehorende sociale verliezen kunnen aanzienlijk zijn.
- In verschillende Spitsmijden-projecten zijn de deelnemers inderdaad gevoelig gebleken voor financiële prikkels.

Analyse van opinies en de rol van de media

Er is lang geprobeerd in Nederland een vorm van kilometerheffing te introduceren. Dit is niet geluk. Opinies van betrokkenen, zoals ministers, vertegenwoordigers van politieke partijen, lobbygroepen en de media zijn geanalyseerd via krantenartikelen, waarbij het volgende bleek:

- In de artikelen geven alle belangrijke betrokkenen hun mening, reageren ze op elkaar, zijn ze het eens met elkaar of juist oneens.
- Het mislukken van invoering is vooral te wijten aan de Nederlands politieke cultuur en aan de ingewikkeldheid van dit soort beleid. Hierdoor konden betrokkenen nooit die hoge mate van consensus over een vorm van prijsbeleid op de weg bereiken die in de Nederlandse politieke cultuur nodig is.
- De kranten hebben niet objectief gerapporteerd over prijsbeleid; ze vervormden de realiteit. De verstoorde weergave van het prijsbeleidsdebat is echter niet alleen het gevolg van het (media-)beleid van de kranten. In hoeverre de mediaweergave over prijsbeleid positief of negatief was en welke aspecten in het debat door de media werden weergegeven, kwamen ook voort uit het karakter van het debat dat actoren onderling in bepaalde perioden over prijsbeleid op de weg hebben gevoerd. Hier liggen aangrijpingspunten voor beleidsmakers die een positiever beeld van prijsbeleid in de



media willen krijgen. Ten eerste: geef de media voldoende en realistische informatie (officieel en onofficieel) en, ten tweede, zorg voor steun van een prijsbeleidsvoorstel bij belangrijke actoren zodat hun positieve boodschappen/toespraken in het debat kunnen helpen om een groter aandeel positief nieuws in de media te krijgen. Probeer hierbij 'losse eindjes' in de communicatie te voorkomen en vermijd het gevoel van 'dit beleidsvoorstel is te goed om waar te zijn'. Benadruk dus niet alleen de voordelen van een prijsbeleidssysteem, wees realistisch. Het effect van nieuwsweergave over prijsbeleid op de weg op de opinie van lezers blijkt verder vooral groot voor minder direct voorspelbare effecten. Focus in informatiecampagnes van prijsbeleid op deze minder goed te voorspellen effecten voor lezers (maar niet alléén op deze effecten: vermijd immers het 'te goed om waar te zijn').

Acceptatie van prijsbeleid

- Prijsbeleid met CO₂-differentiatie leidt tot hogere acceptatie dan prijsbeleid zonder differentiatie. Het benadrukken van financiële voordelen van een gedragsverandering kan juist leiden tot een vermindering van de intrinsieke motivatie om gedrag te veranderen. Om dezelfde gedragsverandering te realiseren is dan een hogere financiële prikkel nodig. Het benadrukken van milieuvoordelen van gedragsverandering versterkt echter de intrinsieke motivatie en motiveert mensen om meer (en ander) milieuvriendelijk gedrag te vertonen.
- Percepties hangen deels af van motivatie: mensen aanvaarden prettige/relevante informatie makkelijker dan onprettige/irrelevante informatie. Dat betekent mogelijk dat het simpelweg communiceren van positieve uitkomsten van prijsbeleid niet noodzakelijkerwijs tot verhoogde acceptatie leidt bij mensen die geen belang hebben bij zulk beleid en wanneer beleid geen positieve implicaties heeft voor belangrijke waarden van mensen.
- Verder blijkt dat mensen meer positieve emoties ervaren na kleine milieubesparingen (lagere CO₂-emissie) dan na equivalente geld besparingen (euro's), en dat ze kleine milieubesparingen meer de moeite waard vinden dan kleine financiële besparingen.
- De acceptatie en effectiviteit van beleid kan worden vergroot wanneer de positieve gevolgen voor het milieu worden benadrukt. Daarbij is van belang dat mensen die financieel voordeel verwachten van prijsbeleid ook sneller andere positieve effecten zullen zien/geloven. Simpelweg informatie presenteren over de voordelen van prijsbeleid (bijvoorbeeld over verwachte afname in files) leidt echter niet noodzakelijkerwijs tot een toename van acceptatie, vooral niet als de gecommuniceerde voordelen niet belangrijk worden gevonden.

Strategische planningsmodellen

Er zijn verschillende wiskundige modellen ontwikkeld die leiden tot meer realistische strategische planningsmodellen voor prijsbeleid. Hierbij zijn meerdere belanghebbenden (zoals overheden en OV-bedrijven) expliciet meegenomen zodat conflicten geïdentificeerd kunnen worden.

- Op basis van samenwerking en competitie zijn verschillende uitkomsten berekend en vergeleken; dit laat zien dat het transportsysteem verbeterd kan worden als er samenwerking is tussen belanghebbenden. De eerste resultaten op hypothetische case-studie laten zien dat samenwerking tussen de treinvervoerder en nationale overheid het systeem significant verbeteren. Een grote case studie over de Randstad is in de laatste fase van ontwikkeling.
- De nieuwe wiskundige modellen geven: (1) een betere simulatie van routekeuzegedrag op grote netwerken, (2) meer inzicht in het onderliggende gedrag van automobilisten van kruispuntmodellen, (3) een goed compromis tussen realisme en rekentijden voor de berekening van congestie.

