

Prijstdiscriminatie

Mijn ganggenoten waren al naar huis. Met een middagkrant onder de arm betrad ik de eetzaal. Ik bekeek het aanbod en vulde mijn dienblad. De rij bij de kassa was levendig. Schuifelend bereikte ik de caissière. Ze keek naar mijn dienblad en zei: "U bent toch student?"

Overwerken kent een vast hoogtepunt: eten in de mensa. Naast de standaardhap, de luxe hap en de vegahap is er het onvermijdelijke Aziatische eenpansgerecht. Dat is het goedkoopst. De luxe hap is duurder dan de standaardhap. En de principiële onder ons zijn het duurst uit. Een vegetariër heeft eens het bewuste besluit genomen dieren niet op te eten. Zo'n principe mag wat kosten. De cateraar begrijpt dat. De schnitzel pruttelt in de ene pan, de quorn in de andere. Serieuze kostenverschillen zijn er niet. "Maar die schnitzeleters kiezen niet zo bewust. Als het hun te duur wordt gaan ze voor de goulashkroket." De quorneters zijn al blij dat er überhaupt apart voor hen gekookt is.

Idealiter vraagt een aanbieder aan iedereen een individuele prijs, net beneden de individuele betalingsbereidheid. Prijstdiscriminatie van de eerste orde rooft het hele consumentensurplus af, dat nog maximaal is ook. Een monopolist genereert zo evenveel surplus als een markt met volkomen concurrentie. Dat surplus valt dan wel de aanbodkant toe. Maar ja, hoe hoog is die individuele betalingsbereidheid? Dat staat niet op je voorhoofd geschreven. Wat heb jij over voor een pakje boter? Twee euro, vijf euro, helemaal niks? Wie het weet, kan veel verdienen. Maar niemand weet het. De praktijk kent alleen benaderingen, van de tweede en derde orde.

Prijstdiscriminatie is een oude bekende die ook in het nieuwe examenpro-

gramma niet ontbreekt. En terecht, want leerlingen worden er dagelijks mee geconfronteerd. De contexten liggen voor het oprapen. "Het vijfde glas bier gratis!"; gulzigen betalen een lagere gemiddelde prijs. Of "Kinderen onder de vier halve prijs"; sommige gezinnen krijgen groepskorting. Een praktijk van tweede en derde orde prijstdiscriminatie kortom. De ene keer ordent de aanbieder zijn klandizie, de andere keer doen klanten dat zelf. Treinreizigers weten dit maar al te goed. Je kunt zelf kiezen welke klasse je reist, maar na negen wordt het voor iedereen goedkoper. Het kan ook een stuk geavanceerder. Zo luisterde ik laatst meer dan geboeid naar Preston McAfee, de *Chief Economist* van Yahoo! Research. Hij deed uit de doeken hoe honderden nerds onafgebroken profielen opstellen van internetgebruikers op basis van hun klikgedrag. *Big Brother* is er niks bij. Andere aanbieders prijzen dan ook maar wat graag hun waren aan op Yahoo!. De zoekmachine kan met onwaarschijnlijke nauwkeurigheid een doelgroep identificeren. En daarmee prijstdiscriminatie tot op grote hoogte doorvoeren. Surfen is niet meer wat het geweest het; internet staart terug!

Een goede les sluit af met een leuke en zinvolle opdracht; verzin zelf een vorm van prijstdiscriminatie! "Gratis vulpen voor rechtshandigen bij aankoop van een kladblok!"; "Paardrijles voor jongens halve prijs!"; "Obesitas? Kom naar de sportschool! Voor u geen inschrijfgeld." Prijstdiscriminaties van de tweede orde worden minder vaak bedacht. De verwarring met productdifferentiatie is snel gemaakt. Leerlingen die dat kunnen uitleggen zijn natuurlijk geslaagd. Die begrijpen wat prijstdiscriminatie behelst, waarom aanbieders zoveel kosten maken om de componenten van de vraag uit te vogelen, en waarom prijstdiscriminatie welvaartsverhogend kan zijn. Leerlingen die derde-orde prijstdis-

criminatie doorgronden, verdienen ook een voldoende. Ze begrijpen in ieder geval waarom ze later als student korting krijgen in de mensa. En waarom de cateraar om een collegekaart vraagt bij de kassa. Universiteitsmedewerkers subsidiëren deze discriminatie. En terecht. Op deze manier verdwijnt er af en toe nog wat gezonds in hun klandizie. En dat is weer goed voor het studierendement.

Ik glimlachte geveild. "Die tijd heb ik al weer een tijdje geleden achter me gelaten." Ik betaalde het volle pond. Maar de echte prijs was het opgeven van haar illusie. Van nostalgie vervuld plantte ik mijn vork in een groentewrap.

Jeroen Hinloopen,

Hoogleraar Economie aan de UvA en directeur van de opleiding Economie & Bedrijfseconomie.

Reacties naar: J.Hinloopen@uva.nl.

