



Hoofredacteur ESB

a.jolink@sdu.nl

Reizen

Elk voorjaar is het weer hetzelfde: een lokale prijsvechter in de lucht probeert de arge-loze Nederlander te verlokken het land te verlaten met de agressieve leus “Wat doe je hier nog?” Volgens de recente cijfers van het CBS heeft deze strategie echter nog niet heel veel succes gehad: in 2009 daalde het aantal vervoerde vliegtuigpassagiers vanaf Nederlandse vliegvelden met bijna acht procent. Als de stakingssignalen en werkonderbrekingen niet bedriegen, zijn het met name de grote spelers, zoals British Airways en Lufthansa, die de spanning inmiddels zien oplopen en zich noodzaak zien om kostenbesparingen door te voeren. Voor de gemiddelde passagier zal dit tot weinig opwinding leiden en hooguit wat irritatie als vluchten worden vertraagd of geannuleerd. Voor de meeste mensen zit de meeste opwinding waarschijnlijk bij de voorbereiding van de vliegreis, waarbij de prijs een factor van betekenis is. Sinds enige jaren is het mogelijk om voor 0,0 (nul komma nul) euro naar een buitenlandse bestemming te vliegen, waarbij slechts het lokale vliegveld nog wat belasting heft. Sinds vele jaren neemt het marktaandeel van de prijsvechters in de lucht dan ook met sprongen toe, ook tijdens de huidige crisis (www.luchtvaartnieuws.nl). Daarnaast heeft de aanstaande passagier het internet al een aantal jaren ontdekt om met creditcard en vergelijkingssites de reisvoorbereidingen met tientallen euro's voordeel te beginnen. Het succes van de vliegticketsites heeft geleid tot zodanig veel aanbieders dat de concurrentiekrachten hun heilzame werking kunnen doen. De hoop en verwachting was, en is, dat de internetmarkt van vliegtickets tot meer transparantie zou leiden dan de voorheen schimmige wereld waarin reisbureaus een noodzakelijke voorwaarde vormden om aan vliegtickets te komen. De prijsverschillen voor tickets zijn echter zodanig dat nauwelijks kan worden gesproken van een transparante markt. Twee voorbeelden mogen dit verdui-

delijken. Stel u wilt voor een kort verblijf naar Pisa, zeg van 12 tot 17 april. U besluit te vliegen vanaf Eindhoven met een Ierse prijsvechter, waar voor 19,79 euro heen en voor 25,49 euro terug een reis kan worden geboekt. Volgens de website van deze vervoerder zijn er geen belastingen of toeslagen op die dag te verrekenen, en bij boeking betaalt u tien euro voor de boeking en tien euro voor de creditcardbetaling. Kortom: voor 65,28 euro bent naar en van Pisa vervoerd. In een transparante internetmarkt zou deze prijs ook betaald moeten worden bij de ticketvergelijkingssites, maar dan blijkt dat niet het geval te zijn. Bij sommige sites komt het traject Eindhoven–Pisa al helemaal niet voor, bij andere sites betaalt u tussen de veertig en honderd procent meer voor precies dezelfde vlucht.

Ander voorbeeld: u wilt van 19 tot 24 mei een paar dagen naar Barcelona en u vliegt vanaf Amsterdam met een Spaanse prijsvechter. In dat geval betaalt u 160 euro waarvan 64,53 euro aan belastingen. Nu kunt u wel bij de meeste vliegticketsites terecht maar ook hier bent u gemiddeld dertig procent duurder uit.

Waar zit dit verschil nu in? In alle gevallen weten de ticketsites de kale ticketprijs op te pimpen met dossierkosten, servicepakketten, administratiekosten of boekingskosten, die variëren van tien euro tot 65 euro op een vlucht van 65 euro naar Pisa, en van tien euro tot vijftig euro op een ticket van 160 euro naar Barcelona. In sommige gevallen wisten de ticketsites een kale vliegprijs door te berekenen die hoger lag dan wat de prijsvechters zelf in rekening brengen, of belasting en toeslagen te heffen op een vlucht die die belastingen zelf niet in rekening brengt.

Voor de consument is deze ticketjungle ondoordringbaar en deze zal zich waarschijnlijk laten meevoe- ren door de beloftes van de goedkope tickets die schreeuwend op de sites worden geadverteerd. De eerlijkheid gebiedt te zeggen dat direct boeken bij de aanbieder van de vlucht echt de laagste prijs oplevert; alle andere ticketsites bieden nauwelijks meerwaarde voor het hogere bedrag en in het ergste geval gaat de volledige winst van de heftige prijsconcurrentie naar de intermediairs en niet naar de consument.

Er is van alles voor te zeggen om internetreisbureaus ook werkgelegenheid te gunnen, maar vooralsnog ligt hun bijdrage in het verhogen van de prijs. Het lijkt niet de bedoeling om de voordelen van prijsconcurrentie te verdoezelen door intransparante transactiekosten op te werpen. Er is nog van alles te doen voor internetreisbureaus wat niet door de prijsvechters wordt aangeboden maar waar wel vraag naar kan zijn. En anders is de vraag aan deze bureaus ook hier relevant: wat doe je hier nog?