



# Gedragsconsumenten op markten, waaronder de woningmarkt

Marco Haan (RuG)  
 Machiel van Dijk (CPB)



# Deze sessie

Gedragsconsumenten op

- > **markten met imperfecte concurrentie:** interactie tussen gedragsconsumenten enerzijds en bedrijven die daar misbruik van proberen te maken anderzijds.
- > **de woningmarkt:** interactie tussen kopers en verkopers die allebei gedragsconsument zijn.



# Gedragseconomie en imperfect mededinging

Marco Haan, Jeroen Hinloopen,  
Sander Onderstal



# Gedragseconomie

- > Consumenten wijken op systematische manieren af van volledige rationaliteit.
- > Het kan dan helpen als de overheid ze een duwtje in de goede richting geeft.



# Echter

- › Markten met imperfecte concurrentie zijn (nog) moeilijker.
- › Bedrijven met marktmacht zullen rekening houden met wat de overheid doet.
- › Geeft de overheid de consument een duwtje, dan proberen bedrijven terug te duwen.
- › Concurrerende bedrijven duwen consumenten ook – ieder naar zijn eigen kant.
- › Het wordt dan lastig te bepalen wat uiteindelijk het netto effect is van al dat geduw.
- › Duwtje van overheid kan averechts uitpakken.



# Dus

- > Wat het beste beleid is, hangt af van de specifieke situatie.
- > Binnen industriële organisatie wisten we dat al.
- > De aanwezigheid van “gedragsconsumenten” maakt dat probleem echter nog pregnanter.



# Jean Tirole: Nobelprijs 2014

*"Before Tirole, researchers and policymakers sought general principles for all industries. They advocated simple policy rules [...] Tirole showed theoretically that such rules may work well in certain conditions, but do more harm than good in others [...] The best regulation or competition policy should therefore be carefully adapted to every industry's specific conditions."*

En dan hebben we het nog niet eens over gedragsconsumenten...



# 1: Consumenten zijn net mensen

- > Empirisch bewijs voor gedragsaspecten in een marktomgeving.





## 2: Bedrijven profiteren daarvan

- > Kortingsbon in plaats van korting.
- > Credit cards.
- > *Three part tariffs.*



## 3: Markten kunnen slechter werken

- > Te weinig handel in investeringsgoederen...
- > ... teveel in "zondige producten".
- > Prijzen worden hoger als consumenten hun zoekkosten overschatten.



## 4: Markten kunnen beter werken

- > Reputatiemechanismen.
- > Luie consumenten → minder productdifferentiatie → lagere prijzen.



# Beleidsimplicaties

- > Concurrentie lost niet altijd alles op.
  - Door concurrentie wordt niet-rationeel gedrag niet altijd “weggewerkt”.
  - Kan leiden tot *race to the bottom*.
  - Prikkel om markt ondoorzichtig te maken.
- > Duwtjes kunnen averechts werken.
- > Beleid dat gedragsconsumenten helpt, kan rationelen schaden – maar ook juist helpen.
- > Consumentenbescherming kan consumenten in slaap wiegen.



## Bewust maken van overstappen werkt

- > Hongarije: collectief overstapmoment leidt tot meer overstappen, door geconcentreerde campagnes.
- > Dus... voor elke sector (autoverzekering, kabel, ziektekostenverzekering etc etc) een vaste overstapmaand?



# Conclusie?

- > Voorzichtig.
- > Goed bedoelde initiatieven kunnen onbedoelde effecten hebben.
- > Rationele bedrijven zullen reageren op pogingen van de overheid om minder rationale consumenten te beschermen.
- > Uiteraard is meer onderzoek noodzakelijk.