

‘Webshops stuwen prijzen met IP-tracking’

30-12-2014 07:38

Online klanten die langer, met een duurder apparaat of vanuit een rijke gemeente zoeken betalen meer voor hetzelfde product. Hoewel over het bestaan van zulke prijsdiscriminatie vooral geruchten gaan, wordt deze marketingstrategie wel degelijk ingezet. Dat zegt marketingprofessor Gino Van Ossel van de Vlerick Business School in Trouw.

IP-tracking is al aangetroffen in Groot-Brittannië en de Verenigde Staten, waar de prijzen afhankelijk zijn van iemands woonplaats. “IP-tracking kan op sluwe manieren worden gebruikt om klanten meer geld af te troggelen”, zegt Van Ossel. De Consumentenbond stelt echter dat het moeilijk is om er vat op te krijgen. “Bewijzen zijn er niet”, laat een woordvoerder weten.

Webwinkels die op basis van IP-tracking aan prijsdiscriminatie doen zouden zichzelf in de vingers snijden, stelt directeur David van Dam van onlinemarketingbureau Performics. Vergelijkingssites laten volgens hem zien waar ze de beste prijs kunnen vinden. “Het zou funest voor de reputatie zijn als de prijs op de website niet concurrerend is of niet overeenkomt met die van de vergelijkeners.”

Toch pleit Van Ossel voor duidelijke regelgeving, omdat een IP-adres niet te camoufleren is. De Nederlandse overheid hoeft volgens hem niet te wachten op de Europese Unie. “Door een Nederlands keurmerk met een gedragscode in te voeren, kan transparante regelgeving er sneller komen.”