

## de jonge wetenschapper **Kimia Heidary**



**‘Niet elk  
prijverschil  
vinden we  
oneerlijk’**

## In het promotieonderzoek van **Kimia Heidary (25)** naar online prijsdiscriminatie komt het klassieke juridische kader samen met empirisch onderzoek. Ze kijkt in welke mate prijsverschillen door bedrijven worden toegepast – en hoe consumenten ze ervaren.

**R**echten en communicatiewetenschap: het is geen gebruikelijke combinatie waar promovenda Kimia Heidary voor koos. ‘Het zat altijd al in mijn achterhoofd dat ik rechten wilde studeren. Vanuit een soort onderbuikgevoel deed ik daar communicatiewetenschap bij’, vertelt ze. ‘Studegenoten waren verbaasd over mijn keuze: hoe ga je die twee combineren? Maar juist in technologie komen recht en communicatie samen, bijvoorbeeld in gepersonaliseerde advertenties in relatie tot privacywetgeving.’

Precies die combinatie werd gezocht voor Empirical Legal Studies, onderdeel van het Nederlandse Sectorplan Rechtsgeleerdheid waar de Universiteit Leiden aan meewerkt. ‘Empirisch-juridisch onderzoek was een van de speerpunten van de overheid, waardoor er budget was’, legt Heidary uit. ‘De faculteit kon zelf invulling geven aan de onderzoeksonderwerpen. Ze zochten iemand die klassiek juridisch geschoold was én ervaring heeft met empirisch onderzoek. De keuzes die ik toen had gemaakt, vielen nu perfect op hun plaats.’

Heidary’s onderzoek naar online prijsdiscriminatie bestaat uit vier delen. ‘In het eerste deel heb ik het juridische kader geschetst’, legt ze uit. ‘Het huidige wettelijke kader,

waaronder privacywetgeving, anti-discriminatiewetgeving en het consumentenrecht, biedt nog weinig handvatten tegen online prijsdiscriminatie. In het tweede deel heb ik bedrijven geïnterviewd: is prijsdiscriminatie interessant voor hen en hebben zij de technische mogelijkheden ervoor? De meeste bleken terughoudend te zijn. Als ze al genoeg budget en mankracht hebben om het te kunnen, willen ze het niet vanwege de weerstand die prijsdiscriminatie oproept.’

### **Oneerlijk**

In het derde deel onderzoekt Heidary die weerstand van consumenten. ‘Uit de literatuur blijkt dat consumenten prijsdiscriminatie oneerlijk vinden’, zegt ze. ‘Maar studenten- of seniorenkorting vinden de meeste mensen wel goed. In dit deel onderzoek ik de nuance: wat zorgt voor de rechtvaardigheidsperceptie? Welke persoonlijke eigenschappen spelen een rol? En wat betekent dat voor het gedrag van een consument? Roepen zij alleen maar dat ze iets oneerlijk vinden, of handelen ze er ook naar?’

In het laatste onderdeel wordt alle opgedane kennis getoetst in een focusgroep, om zo de normatieve implicaties in kaart te brengen. Over ieder onderdeel schrijft Heidary een artikel, in plaats van de klassieke dissertatie.

Tijdens haar colleges probeert ze studenten te enthousiasmeren voor deze vernieuwende aanpak. ‘Veel studenten vinden getallen en data eng’, meent ze. ‘Er zullen altijd mensen zijn die vinden dat empirisch onderzoek bij sociale wetenschappen moet blijven. Maar als je al één element van de praktijk meeneemt in je onderzoek, dan spreekt het meer tot de verbeelding.’

### **Veilige werkomgeving**

Ondanks haar onorthodoxe aanpak houdt Heidary zich goed staande binnen de rechtenfaculteit. De betrokkenheid van haar supervisors helpt daarbij. ‘Ze behandelen me echt als hun gelijke’, benadrukt ze. ‘Vooral Helen Pluut is heel betrokken. Ze heeft een veilige werkomgeving gecreëerd, een speeltuin waar ik mijn gang kan gaan. Terwijl ik onderzoek doe, komen er al nieuwe ideeën in me op. In de toekomst zou ik de trend van personalisatie graag verder onderzoeken: we kennen allemaal de ‘you might like’-advertenties en de verwachting is dat dit doorzet in de prijzen die we te zien krijgen. De ontwikkeling van de onderliggende technologieën, zoals algoritmes en dataverzamelmethode, zou ik willen volgen. Want dit is nog maar het begin.’

Het plezier in lesgeven is een andere reden waarom Heidary een carrière in de wetenschap ziet zitten. ‘Het contact met studenten vind ik heel erg leuk’, zegt ze. ‘Inhoudelijk leer ik er ontzettend veel van, maar op persoonlijk vlak nog veel meer. Ik vertrouw bijvoorbeeld steeds meer op mijn eigen kracht.’ ■



## **Wat is... prijsdiscriminatie?**

**Studentenprijzen, seniorenkorting of gratis toegang voor kinderen tot 12 jaar: verschillende vormen van prijsdiscriminatie zijn**

**breed geaccepteerd. Online kan een prijs voor een product of dienst op basis van data nóg specifiek worden afgestemd op een doelgroep.**

**Hoe die prijzen bepaald worden is complex en vaak niet duidelijk. Tot nu toe is niet bekend op welke manier en op welke schaal online**

**prijsdiscriminatie in Nederland voorkomt. Betaalt iemand die op een iPad surft echt meer voor een vliegticket dan iemand die op een pc zoekt?**