



Help consumenten door de bomen het bos te zien

Rapportage | Kwantitatief onderzoek naar ketentransparantie energiebranche

Thijs Hendrix, Senior Research Consultant
Majka van Doorn, Research Consultant

Maart 2013

Inhoudsopgave

1. Situatie en vraagstelling
2. Conclusies en aanbevelingen
3. Resultaten: kwantificering ketentransparantie
 - Ketentransparantie, drempels en houding
 - Begrip van begrippen
4. Oplossingsrichting: beoordeling prijsoverzichten
5. Ervaring met prijsinformatie
6. Bijlagen kwantitatief onderzoek
 - Onderzoeksverantwoording
 - Prijsoverzichten
7. Bijlagen: Rapport kwalitatief onderzoek

Colofon

in opdracht van

Ma Energiekamer



Thijs Hendrix
Senior Research Consultant
033 330 3216
T.hendrix@marketresponse.nl



Majka van Doorn
Research Consultant
033 330 3321
M.van.doorn@marketresponse.nl

MarketResponse Nederland BV
Dodeweg 6A
3832 RC Leusden
033 - 330 33 33
www.marketresponse.nl

Projectnummer 18558
© MarketResponse 2013

Situatie en vraagstelling



Situatie en vraagstelling

Ketentransparantie speerpunt energiemarkt

- ⌘ Transparantie van de energiemarkt is één van de belangrijkste pijlers voor een goedwerkende markt. Door verschillende (historische en politieke) redenen is de opbouw van tarieven zeer ingewikkeld.
- ⌘ De NMa is gestart met project “Transparantie” om knelpunten die ketentransparantie in de weg staan te detecteren en oplossingen te identificeren. Ketentransparantie heeft de NMa vertaald naar de volgende drie uitgangspunten:
 - De prijsinformatie van iedere individuele leverancier is begrijpelijk; de (gemiddelde) consument begrijpt de informatie.
 - De prijsinformatie is vergelijkbaar, waardoor de (gemiddelde) consument op laagdrempelige wijze aanbieders van energie kan vergelijken.
 - De prijsinformatie is door de keten heen consistent; de prijsinformatie in het aanbod is identiek aan die in het contract en de factuur, de eind- of jaarafrekening.
- ⌘ De NMa wenst 2 vragen te onderzoeken om aansluiting bij de energieconsument te garanderen.
 1. Welke drempels ervaart de consument bij het doorgronden en vergelijken van informatie over prijzen en kosten die energieleveranciers verstrekken die in de weg staan van ketentransparantie?
 2. Welke oplossingen zijn er om de obstakels van ketentransparantie weg te nemen?

Situatie en vraagstelling

In 4 stappen aansluiten bij energieconsument

- ❖ **Onderzoeksbureau MarketResponse heeft samen met de NMa een onderzoekstraject gestart bestaande uit de vier onderstaande fases om de onderzoeksvragen te beantwoorden.**
 - Er is eerst een kwalitatief onderzoek uitgevoerd met diverse groepen energieconsumenten om het thema ketentransparantie in de breedte te verkennen.
 - Hierna is een kwantitatief onderzoek uitgevoerd om de bevindingen uit het kwalitatieve onderzoek te toetsen onder een representatieve groep energieconsumenten.
- ❖ **In dit rapport worden de resultaten van het kwantitatieve onderzoek gerapporteerd.**



Conclusies en aanbevelingen



Kernconclusies en aanbevelingen

Klein deel consumenten vindt prijsinformatie in de hele keten transparant

∴ De kernconclusies op basis van het onderzoek naar de ketentransparantie zijn:

1. Slechts klein deel van de consumenten vindt prijsinformatie in de hele keten transparant.
2. Vergelijkbaarheid energieprijzen belangrijkste drempel.
 - Energieleveranciers hanteren een verschillende kostenopbouw.
 - Energieleveranciers bieden verschillende producten aan.
3. Ontbreken kennis van begrippen ook belangrijke drempel.
 - Kostenposten of begrippen zijn onduidelijk.
 - Er staan te veel kostenposten op de rekening of de aanbieding.
4. Vereenvoudigde prijsoverzichten worden beter beoordeeld.

∴ De belangrijkste aanbevelingen zijn:

1. Laat leveranciers dezelfde (vereenvoudigde) kostenopbouw gebruiken voor de energieprijzen.
2. Geef consumenten inzicht in de kosten die zij zelf kunnen beïnvloeden.
3. Standaardiseer terminologie en zorg voor duidelijke omschrijving kostenposten.

Conclusies

Klein deel consumenten vindt prijsinformatie in de hele keten transparant

- ❖ Een op de acht consumenten (13%) vindt prijsinformatie in de hele keten transparant. De vergelijkbaarheid van prijsinformatie is het voornaamste knelpunt.
 - Bijna de helft van de consumenten (47%) vindt de prijsinformatie van energieleveranciers niet makkelijk vergelijkbaar, een kwart (25%) vindt dit wel makkelijk.
 - Ruim een derde van de consumenten (37%) vindt de prijsinformatie van energieleveranciers niet consistent door de keten heen, 29% vindt dit wel consistent.
 - Een derde van de consumenten (33%) vindt dat prijsinformatie niet eenvoudig wordt weergegeven door energieleveranciers, een even grote groep (33%) vindt dat dit wel eenvoudig wordt weergegeven.
- ❖ De perceptie van transparantie van prijsinformatie in de hele keten is gunstiger bij consumenten die zich niet hebben georiënteerd en niet zijn overgestapt van energieleverancier.
 - Van de consumenten die zich afgelopen twee jaar niet hebben georiënteerd en ook niet zijn overgestapt vindt 13% prijsinformatie in de hele keten niet transparant. Onder consumenten die zijn overgestapt naar een andere leverancier is dat 22%. Consumenten die zich hebben georiënteerd op een andere leverancier maar niet zijn overgestapt vinden prijsinformatie in de hele keten het minst transparant (33%). Uit het kwalitatieve onderzoek (zie bijlage) bleek reeds dat deze groep is vastgelopen en daardoor geen beslissing kon nemen.
 - Hoger opgeleiden vinden prijsinformatie in de hele keten minder transparant dan lager opgeleiden, dit hangt deels samen met het feit dat zij vaker zijn overgestapt van energieleverancier en hierdoor beter weten hoe ingewikkeld het is.

Conclusies

Vergelijkbaarheid energieprijzen belangrijkste drempel (1/2)

❖ De vergelijkbaarheid van energieprijzen is de belangrijkste drempel voor consumenten bij ketentransparantie.

- Aan consumenten zijn mogelijke drempels van ketentransparantie voorgelegd. De voorgelegde drempels zijn opgesteld o.b.v. het voorgaande kwalitatieve onderzoek. Consumenten zijn gevraagd aan te geven welke drempels zij herkennen. De meeste consumenten zien als drempel dat het moeilijk is om de leveranciers goed te vergelijken omdat zij allemaal op hun eigen manier de kosten en de kostenopbouw weergeven. Bijna de helft van de consumenten (47%) heeft deze reden genoemd.
- Ruim een derde (37%) noemt de verschillende producten die leveranciers aanbieden als reden waarom vergelijken moeilijk is.
- Een op de zes consumenten (17%) noemt als drempel het verschil in de kostenopbouw en het verschil in de bij berekeningen gebruikte informatie bij het maken van online berekeningen op websites van leveranciers.
- Ook 17% noemt de kostenposten die afhankelijk zijn van de regio waarin men woont.

❖ Consumenten willen eenduidige begrippen van (inhoudelijk identieke) kostenposten, daarnaast willen ze graag weten welke kostenposten zij zelf kunnen beïnvloeden.

- Veel begrippen die een rol spelen in de opbouw van de energieprijzen zijn voor consumenten niet duidelijk genoeg.
- Driekwart van de consumenten vindt het belangrijk om te weten welke energiekosten zij zelf kunnen beïnvloeden.

Conclusies

Vergelijkbaarheid energieprijzen belangrijkste drempel (2/2)

- ❖ **Consumenten vinden het lastig om hun eigen energieprijs te vergelijken met een aanbieding van een andere energieleverancier.**
 - Van de consumenten die zich hebben georiënteerd of zijn overgestapt, ervaart een derde (34%) moeite om de prijs van de aanbieding te vergelijken met hun eigen energieprijs.
 - Van de consumenten die zijn overgestapt heeft een kwart (25%) niet gekeken of de prijs uit het contract overeenkomt met de oorspronkelijke aanbieding. Van de consumenten die dit wel hebben gecontroleerd ervaart een kwart (25%) moeite.

Conclusies

Ontbreken kennis van begrippen belangrijke drempel

- ❖ **Het ontbreken van kennis van begrippen is ook een belangrijke drempel voor ketentransparantie.**
 - Van de voorgelegde drempels noemen consumenten vaak dat veel kostenposten/ begrippen onduidelijk zijn. Deze reden behoort tot de top-3 van de drempels van ketentransparantie. Een kwart van de consumenten (24%) noemt deze reden als belemmering van transparantie van prijsinformatie.
 - Een op de vijf consumenten (20%) geeft aan dat er te veel kostenposten op de rekening of de aanbieding staan.
- ❖ **Consumenten hebben met name moeite met SDE+, heffingskorting en gasregio-toeslag.**
 - Uit de beoordeling van de prijsoverzichten blijkt dat de herkomst van verschillende kostenposten onduidelijk is. Veel consumenten begrijpen niet waarom ze ergens voor moeten betalen.
 - 70% van de consumenten zou niet aan een vriend of familielid kunnen uitleggen wat SDE+ betekent. 9% van de consumenten geeft aan dit wel uit te kunnen leggen. Binnen deze groep is er echter ook een groot deel wat wel in de goede richting zit, maar niet precies de spijker op de kop slaat.
 - 57% van de consumenten kan het begrip heffingskorting niet uitleggen aan anderen. Het begrip gasregio-toeslag kan 52% niet uitleggen. Respectievelijk 20% en 29% van de consumenten geeft aan deze begrippen wel uit te kunnen leggen. Echter blijkt dat niet al deze consumenten deze begrippen juist kunnen uitleggen.
 - Ook halen consumenten begrippen door elkaar (zoals vastrecht, capaciteitstarief en netwerkkosten of periodieke aansluitvergoeding en meterkosten).

Conclusies

Vereenvoudigde prijsoverzichten worden beter beoordeeld

⚡ Vereenvoudigde prijsoverzichten worden beter beoordeeld.

- Drie op de vijf reacties (63%) op het uitgebreide elektraoverzicht is negatief. Ongeveer een op de vijf (22%) is positief. Het eenvoudiger overzicht wordt duidelijk beter beoordeeld: 50% negatief en 31% positief.
- In het uitgebreide gasoverzicht is ruim de helft van de opmerkingen negatief (58%). Slechts 18% is positief. In het vereenvoudigde overzicht is dit duidelijk beter: 34% negatief en 50% positief.

⚡ De vereenvoudigde prijsoverzichten zijn makkelijker te begrijpen voor consumenten. Ook het aantal kostenposten en de begrippen die worden gebruikt worden beter beoordeeld.

- De helft van de consumenten beoordeelt de vereenvoudigde prijsoverzichten als eenvoudig (Elektra: 53%, Gas: 64%), bij de uitgebreide overzichten is dat duidelijk lager (Elektra: 35%, Gas: 49%).
- Ook het aantal kostenposten wordt bij het vereenvoudigde elektraoverzicht beter beoordeeld (36%) dan bij het uitgebreide overzicht (16%). Bij de gasoverzichten is het verschil kleiner.
- De gebruikte begrippen worden in het vereenvoudigde overzicht als duidelijker gezien (Elektra: 27%, Gas: 46%) dan in het uitgebreide overzicht (Elektra: 15%, Gas: 29%).

Aanbevelingen

Laat leveranciers dezelfde (vereenvoudigde) kostenopbouw gebruiken voor energieprijzen (1/2)

- ❖ **Laat leveranciers dezelfde (vereenvoudigde) kostenopbouw gebruiken voor de energieprijzen.**
 - Consumenten hebben behoefte aan een voorgestructureerde en meer eenvoudige kostenopbouw van hun energieprijzen. Een standaardisering van deze opbouw zorgt ervoor dat consumenten energieprijzen makkelijker met elkaar kunnen vergelijken.
 - Het aantal kostenposten op de energierekening is momenteel te veel, zorg dat dit wordt gereduceerd. Met name op de elektriciteitsrekening staan te veel verschillende posten. Dit zorgt voor verwarring.
 - Laat duidelijk zien dat prijzen altijd inclusief BTW en EB (energiebelasting) zijn.
 - Energieleveranciers mogen van consumenten ook duidelijker uitleg geven over de componenten en opbouw van de energieprijzen.
- ❖ **Geef consumenten inzicht in de kosten die zij zelf kunnen beïnvloeden.**
 - Consumenten hebben onvoldoende zicht op welke kosten zij zelf kunnen beïnvloeden. Biedt consumenten daarom inzicht in welke kosten zij kunnen beïnvloeden door over te stappen, welke door minder energie te verbruiken en welke kosten vaststaan ongeacht de leverancier of het verbruik.

Aanbevelingen

Laat leveranciers dezelfde (vereenvoudigde) kostenopbouw gebruiken voor energieprijzen (2/2)

- ⚡ **Standaardiseer terminologie en zorg voor duidelijke omschrijving kostenposten.**
 - Consumenten zijn onvoldoende bekend met de verschillende kostenposten. Lever bij de rekening/aanbieding een duidelijke beschrijving van de kostenposten. Zorg dat de leveranciers dezelfde termen consequent hanteren.
 - Zorg dat leveranciers dezelfde informatie gebruiken in rekenvoorbeelden.
 - Zorg dat leveranciers de regionaal gebonden componenten zoveel mogelijk specifiek maken voor de betreffende consument.

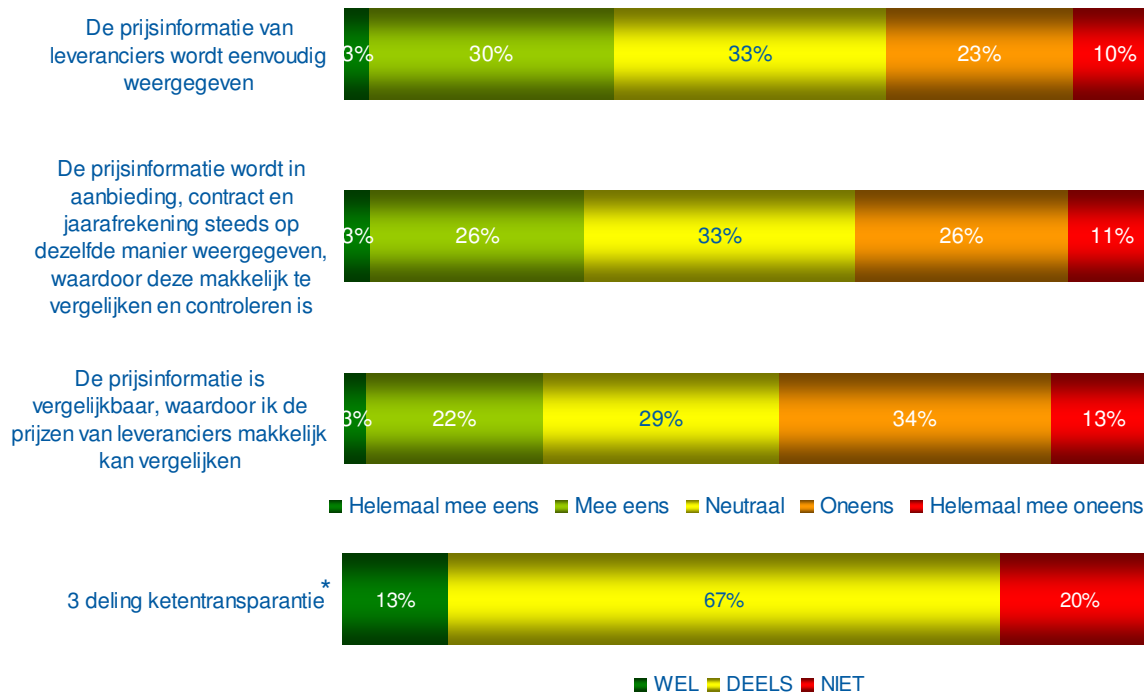
Resultaten kwantificering ketentransparantie

- Ketentransparantie, drempels en houding
- Begrip van begrippen



Resultaten – ketentransparantie

Slechts een op de acht consumenten vindt prijsinformatie in de gehele keten transparant



Consumenten die zich niet hebben georiënteerd of zijn overgestapt, geven significant vaker aan dat de prijsinformatie van leveranciers eenvoudig wordt weergegeven en dat deze van verschillende energieleveranciers makkelijk te vergelijken is.

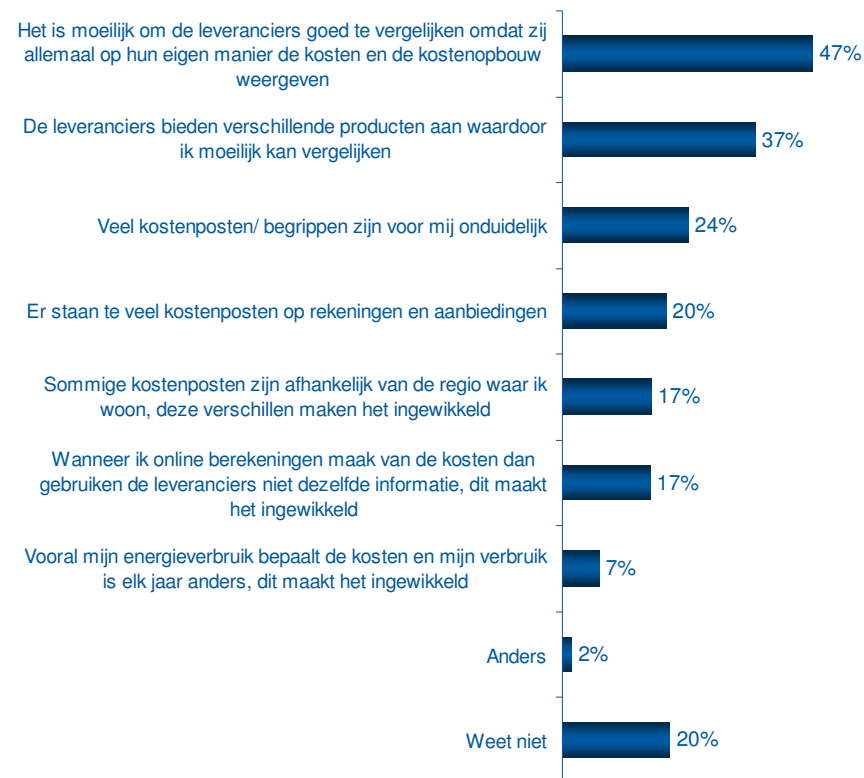
Hoger opgeleiden vinden vaker dat de prijzen door de keten heen niet transparant zijn (27%), lager opgeleiden noemen de keten juist vaker wel transparant (30%).

*Respondenten vinden de keten transparant als zij op alle drie stellingen (helemaal) mee eens antwoorden. Zij vinden de keten niet transparant als zij op alle drie de stellingen (helemaal) oneens antwoorden.

Basis: alle respondenten: N=422.

Resultaten – drempels

Gebrek aan uniformiteit grootste knelpunt



Met name consumenten die zich hebben georiënteerd of zijn overgestapt (circa 55%), geven aan dat zij het moeilijk vinden om leveranciers goed met elkaar te vergelijken omdat zij allen op hun eigen manier de kosten weergeven.



De meest genoemde en belangrijkste drempels zijn:

1. Leveranciers geven allemaal op eigen wijze de kosten weer.
2. Leveranciers bieden allemaal verschillende producten aan.
3. Kostenposten/begrippen zijn onduidelijk.
4. Er staan te veel posten op de rekening.

Vraag: In een eerder onderzoek hebben mensen verteld dat zij de prijsinformatie van energieleveranciers ingewikkeld vinden. Hieronder ziet u uitspraken van mensen die deelgenomen hebben aan het eerdere onderzoek. Kunt u aangeven welke uitspraken u herkent?
Basis: alle respondenten: N=422.

Consumenten willen duidelijke, uniforme kosten zien

“Iedere leverancier moet **dezelfde opbouw** hebben van de kosten e.d. zodat je makkelijk kan vergelijken en dat je een **totaalbedrag** krijgt wat voor jou de kosten zijn, incl. alle bijkomende kosten.”

“Een website waar ze allemaal met elkaar vergeleken worden.”

“Per energieleverancier een **overzicht van de kosten**. Die overzichten moeten allemaal **op dezelfde manier opgebouwd** worden, zodat je kunt **vergelijken**. Bij voorkeur op internet.”

“Gelijke terminologie; zelfde kostenopbouw; er voor zorgen dat je appels met appels kunt vergelijken.”

“Gewoon in **eenvoudige**
voor mensen te begrijpen
taal en niet al die
ingewikkelde dingen erbij.”

“Energielevering bestaat uit veel **te veel verschillende eenheden**: kostprijs, vastrecht, belastingen, transport. Soms ook nog precariobelasting. **Standaardiseer** a.u.b.”

“Universele overzichten.”

“De **kwh-prijs** voor zowel groene stroom als voor gewone stroom moet **duidelijk vermeld** staan. En de prijs voor een kub gas moet duidelijk vermeld staan. En verder dan **1 bedrag** voor de **bijkomende kosten**, waar je als consument geen invloed op hebt. Aan je verbruik kun je wel zelf wat doen om dat te verlagen.”

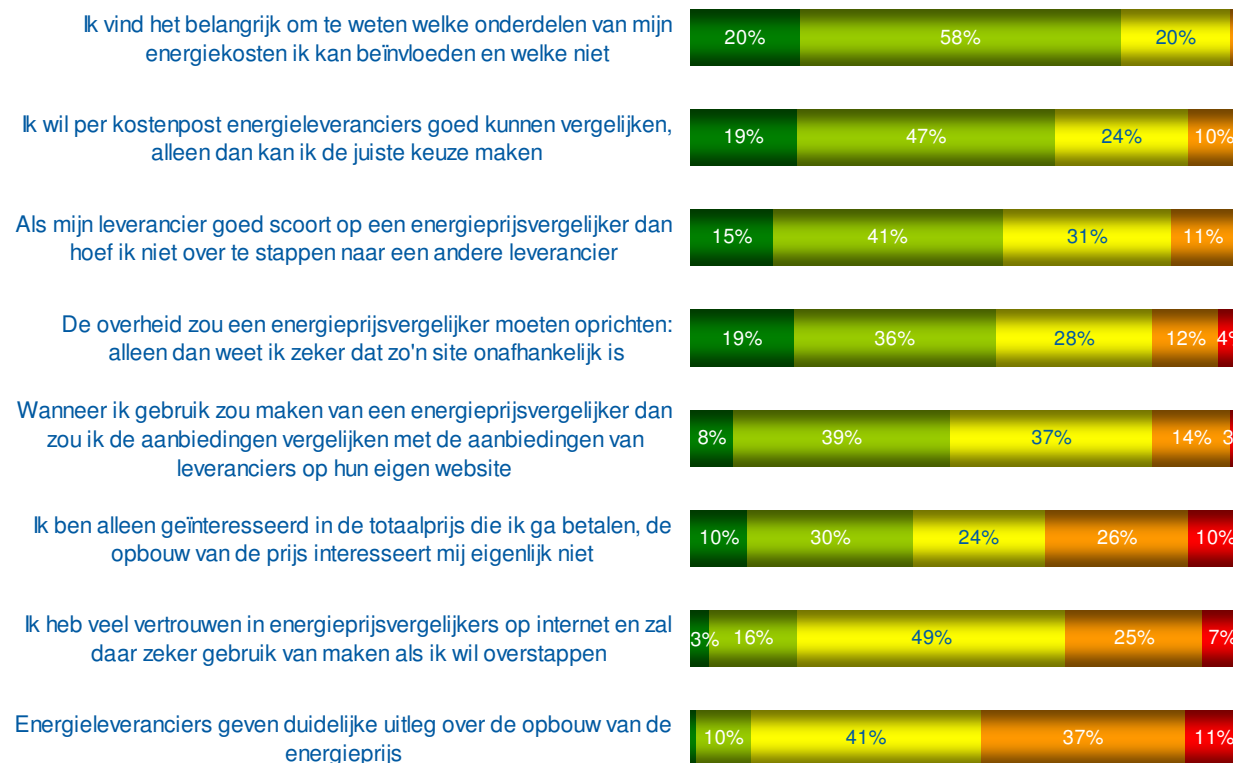
Vraag: Wat zou er concreet anders moeten om de prijsinformatie van energieleveranciers makkelijker te begrijpen en te vergelijken?

Ketentransparantie in kaart brengen

18

Resultaten – houding consumenten

Driekwart van de consumenten vindt het belangrijk om te weten welke energiekosten zij zelf kunnen beïnvloeden



■ Helemaal mee eens ■ Mee eens ■ Neutraal ■ Oneens ■ Helemaal mee oneens



Consumenten die zich hebben georiënteerd op een nieuwe energieleverancier maar niet zijn overgestapt, geven vaker aan dat zij per kostenpost energieleveranciers willen vergelijken (76%) dan consumenten die zijn overgestapt of zich niet hebben georiënteerd.

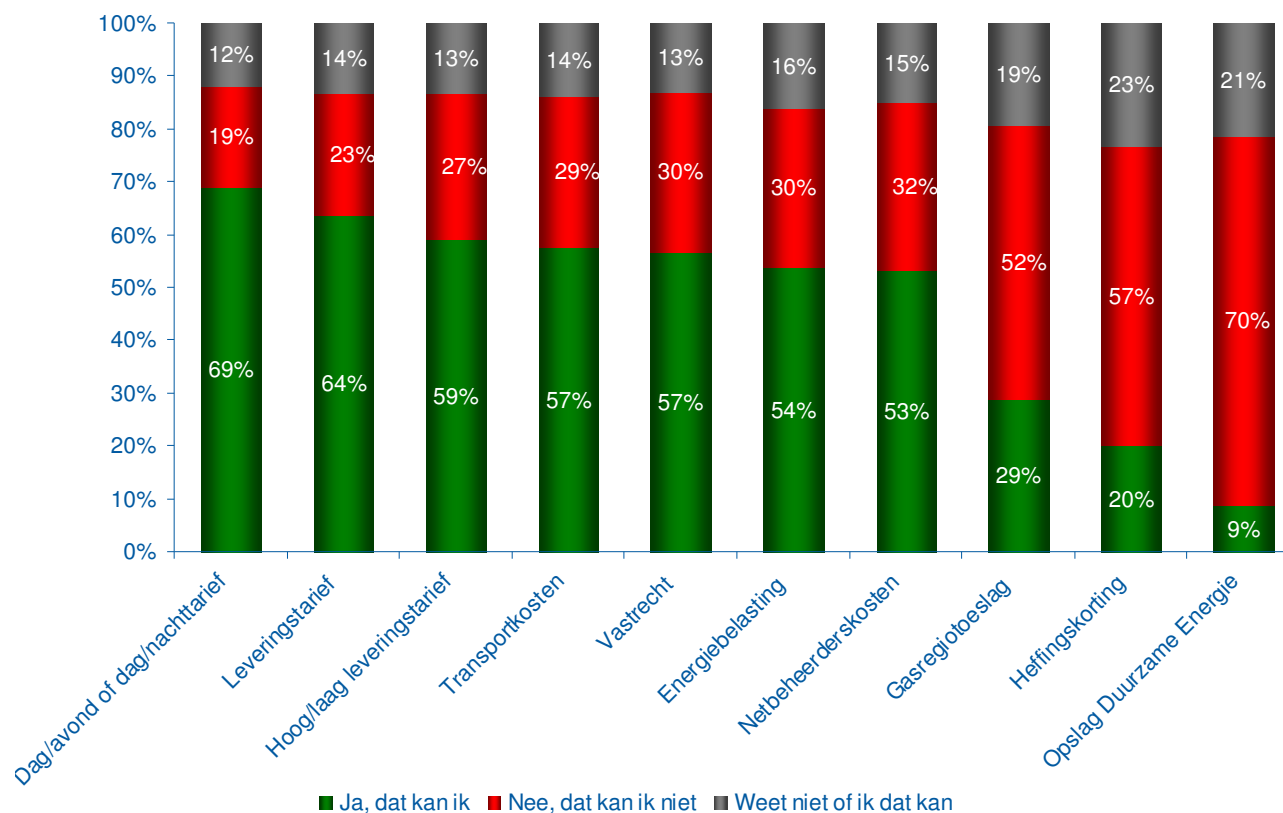


- Prijsvergelijkers worden onvoldoende vertrouwd.
- Bijna de helft van de consumenten (48%) vindt dat energieleveranciers duidelijkere uitleg moeten geven over de opbouw van de energieprijs.

Basis: alle respondenten: N=422.

Resultaten – begrip van begrippen

Meer dan de helft van de consumenten weet niet wat SDE, heffingskorting en gasregiotoeslag betekent



Consumenten die aangeven **SDE+** wel te kunnen uitlegen, noemen:

- Extra kosten voor gebruik maken van duurzame energie en groene stroom.
- Opslag Duurzame Energie is een tarief wat iedere Nederlander betaalt om gezamenlijk geld te sparen om in de toekomst meer groene energie te kunnen produceren. Deze kosten betaal je, net als de energiebelasting, per kWh of m3.
- Opslag die betaald wordt als subsidie aan duurzame energie bij gebruik van grijze stroom.

De overige uitleg van consumenten van de begrippen is terug te vinden in de bloemlezing.

Vraag: De energieprijs is opgebouwd uit een aantal kostenposten. Hieronder staan deze posten. Kunt u per kostenpost aangeven of u aan een vriend of familielid kunt uitleggen wat deze post precies inhoudt zodat het voor uw vriend of familielid duidelijk is? Basis: alle respondenten: N=422.

Oplossingsrichting: beoordeling prijsoverzichten



Resultaten - Prijsoverzichten

Consumenten beoordelen prijsoverzichten

- ⌘ **MarketResponse en de NMa hebben vier prijsoverzichten ontwikkeld. Het betreft onderstaande prijsoverzichten die ook opgenomen zijn in de bijlagen.**
 1. Elektra – uitgebreid prijsoverzicht
 2. Elektra – vereenvoudigd prijsoverzicht
 3. Gas – uitgebreid prijsoverzicht
 4. Gas – vereenvoudigd prijsoverzicht
- ⌘ **De deelnemers aan het onderzoek zijn at random verdeeld over de vier overzichten. Elke respondent heeft dus 1 overzicht doorgenomen. We hebben consumenten het volgende gevraagd:**
 - Het prijsoverzicht rustig door te nemen en te kijken wat duidelijk is en wat niet.
 - Uit te gaan van de weergegeven verbruikgegevens.
 - Te oordelen en commentaar te geven op het prijsoverzicht met gekleurde post-its.

Resultaten

Visual Check – Elektraoverzicht moeilijk

- Voor dit voorbeeld willen wij u verzoeken uit te gaan van de volgende uitgangspunten:
- Product: U verbruikt alleen Elektriciteit (dus geen Gas)
 - Uw verbruik is: 2500 kWh
 - Type energiemeter: Enkele meter

Kostenpost	Tarief/kosten
Leveringskosten elektra incl. BTW per kWh dag	€ 0,0750
Leveringskosten elektra incl. BTW per kWh avond	€ 0,0550
Leveringskosten elektra incl. BTW per kWh dag	€ 0,0720
Leveringskosten elektra incl. BTW per kWh nacht	€ 0,0520
Leveringskosten elektra incl. BTW per kWh continu	€ 0,0653
Energiebelasting per kWh	€ 0,1410
Vastrecht elektra per maand	€ 2,02
Opslag SDE+ Elektriciteit	€ 2,25
Heffingskorting	- € 385,53
Vastrecht transport	€ 21,78
Capaciteitsstarief	€ 173,07
Periodieke aansluitvergoeding	€ 24,68
Meterkosten	€ 32,65
Systeemdiensten	€ 5,03
TOTAAL	€ 414,92

Positieve opmerkingen (22%):

- Duidelijk overzicht in prettige kleuren en duidelijk lettertype. Met een duidelijk eindbedrag.
- Leuk een korting, maar waar heb ik die aan te danken?

Neutrale opmerkingen (15%):

- Ik zou een duidelijk onderscheid in de rekening willen zien tussen de kosten waar je als consument invloed op hebt, dus je verbruik en de vaste bedragen die iedereen moet betalen.
- Al deze posten incl. of exclusief BTW?
- Wat is dat nou weer (capaciteitsstarief)? Er staat toch al een bedrag voor vastrecht op de rekening?
- In de gegevens staat niet dat de aansluiting in de afgelopen periode is gestart of gewijzigd. Waarom staat dit bedrag dan op de rekening (periodieke aansluitvergoeding)?

Negatieve opmerkingen (63%):

- Wat is 'capaciteitsstarief'?
- Te veel posten: is energie een melkkoe!
- Ik begrijp helemaal niets van dit prijsoverzicht: Waarom staan er twee keer leveringskosten elektra dag op? Wat is vastrecht?
- Wat is het verschil met dag, avond, nacht en continu?
- Waarom moet ik meterkosten betalen. Dit is een onderdeel van het product dat ik betaal. ik betaal ook geen pompkosten bij benzine. Ook al staat het in mijn huis, je kunt geen product leveren zonder die meter.

Resultaten

Visual Check – Elektraoverzicht makkelijk

Voor dit voorbeeld willen wij u verzoeken uit te gaan van de volgende uitgangspunten:

- Product: U verbruikt alleen Elektriciteit (dus geen Gas)
- Uw verbruik is: 2500 kWh
- Type energiemeter: Enkele meter

Kostenpost	Kosten per jaar
Leveringskosten elektra continu (2500 kWh) incl. BTW en Energiebelasting	€ 515,76
Vastrecht levering elektra	€ 24,25
Opslag duurzame energie elektriciteit	€ 3,25
Heffingskorting	- € 385,53
Netwerkkosten	€ 257,21
TOTAAL	€ 414,94

Positieve opmerkingen (31%):

- Altijd fijn om te weten dat er ook een korting bestaat ergens op.
- Duidelijk. Wellicht nog prijs per eenheid vermelden?
- Correct opgeteld en duidelijk wat ik moet betalen door dikke cijfers.
- Dit is duidelijke tekst, dit begrijpt iedereen.
- Er wordt duidelijk vermeld dat de kosten inclusief BTW zijn.

Neutrale opmerkingen (19%):

- Ik neem aan dat je korting krijgt als je meer dan gemiddeld afneemt.
- Vastrecht lijkt mij een vast tarief. Als het afhankelijk is van mijn verbruik, mis ik de berekening.
- Waar staat het tarief per Kwh? Is interessant met eventuele keuze voor overstappen.
- Ik weet niet wat de heffingskorting inhoudt.

Negatieve opmerkingen (50%):

- Ik zou aftrekposten aan het einde zetten, niet ergens middenin.
- Vastrecht kan m.i. samengevoegd worden met netwerkkosten.
- Er wordt niet vermeld of de kosten in- of exclusief BTW zijn.
- Weet niet wat heffingskorting is, waarom krijg ik dat?
- Hoezo betaal ik voor de opslag van duurzame energie? Nu betaal je dus eigenlijk dubbele kosten.
- Onduidelijk of dit een vast bedrag is of afhankelijk van gebruik (vastrecht).
- Ik mis prijzen per eenheid.

Resultaten

Visual Check – Gasoverzicht moeilijk

Prijsverzicht 3

Voor dit voorbeeld willen wij u verzoeken uit te gaan van de volgende uitgangspunten:

- Product: Alleen Gas (Elektra kunt u buiten beschouwing laten)
- Uw verbruik is: 1000 m³

Kostenpost	Tarief/kosten
Leveringskosten gas per m ³ incl. BTW excl. gasregio toeslag	€ 0,3317
Vastrecht gas	€ 24,25
Opslag SDE+ gas	€ 2,80
Energiebelasting	€ 225,30
Vastrecht transport	€ 21,78
Capaciteitstarief	€ 110,21
Periodieke aansluitvergoeding	€ 20,47
Meterkosten	€ 23,87

* Exclusief gasregio toeslag; deze is afhankelijk van de regio waarin u woont. Zie hiervoor onderstaande kaart van de regio's in Nederland.



Regio	Gasprofiel 1: bij een verbruik tot 5.000 m ³ per jaar en een gasmeter kleiner dan of gelijk aan G6		Gasprofiel 2: bij een verbruik vanaf 5.000 m ³ per jaar of een gasmeter groter dan G6	
	Excl. btw	Incl. btw	Excl. btw	Incl. btw
A	€ 0,0029	€ 0,0035	€ 0,0034	€ 0,0041
B	€ 0,0035	€ 0,0042	€ 0,0040	€ 0,0048
C	€ 0,0051	€ 0,0062	€ 0,0056	€ 0,0068
D	€ 0,0073	€ 0,0088	€ 0,0075	€ 0,0091
E	€ 0,0071	€ 0,0086	€ 0,0074	€ 0,0090
F	€ 0,0079	€ 0,0096	€ 0,0081	€ 0,0098
G	€ 0,0082	€ 0,0111	€ 0,0092	€ 0,0111
H	€ 0,0102	€ 0,0123	€ 0,0103	€ 0,0125
I	€ 0,0101	€ 0,0122	€ 0,0102	€ 0,0123
J	€ 0,0136	€ 0,0165	€ 0,0134	€ 0,0162

Positieve opmerkingen (18%):

- Duidelijke kosten
- Duidelijk verhaal. Per m³ kost het zoveel. Daarboven valt te lezen wat het verbruik is geweest het afgelopen jaar. Eenvoudige rekensom.
- Redelijk duidelijk kaartje. Maar wat als je nu precies op het grensgebied woont?

Neutrale opmerkingen (25%):

- Stimulering duurzame energie alleen voor bedrijven???
- Uitleggen waarom je voor vastrecht gas betaalt, wat het inhoudt.
- Het tarief is al gecombineerd dat maakt het onduidelijk.
- Waarom hiervoor betalen (meterkosten)?

Negatieve opmerkingen (58%):

- Belachelijk dat ik voor hun meter moet betalen.
- Wat is capaciteitstarief?
- Raar overzicht. Moeilijk te zien in welk gebied je woont, zeker als het een grensgeval betreft. Er wordt geen toelichting gegeven op de prijzen die gehanteerd worden.
- Hoe wordt energiebelasting vastgesteld? Dezelfde vraag geldt voor het vastrecht transport en het capaciteitstarief.
- Waarom moet gas ergens duurder of goedkoper zijn??
- Onduidelijk. Alleen als een gedeelte van een jaar gebruik is gemaakt van een aansluiting (periodieke aansluitvergoeding)?
- Periodieke aansluitvergoeding en dan ook nog weer meterkosten???

Resultaten

Visual Check – Gasoverzicht makkelijk

Voor dit voorbeeld willen wij u verzoeken uit te gaan van de volgende uitgangspunten:

- Product: Alleen Gas (Elektra kunt u buiten beschouwing laten)
- Uw verbruik is: 1000 m³

Kostenpost	Kosten per jaar
Leveringskosten gas (1000m ³) incl. BTW, regioeslag, opslag duurzame energie gas en Energiebelasting	€ 563,27
Vastrecht levering gas	€ 24,25
Transportkosten	€ 176,33
TOTAAL	€ 763,85

Positieve opmerkingen (50%):

- Duidelijk.
- Is een duidelijk overzicht voor het opgegeven verbruik. Het zou nog duidelijker worden als ook aangegeven wordt wat het maandelijkse voorschot zou worden. Ik denk dat dat meer aanspreekt.
- Netjes alle kosten onder elkaar gezet. Is overzichtelijk zo.
- Duidelijk waar je voor betaalt.
- Is een compleet overzicht van zowel de leveringskosten als de bijkomende kosten.

Neutrale opmerkingen (16%):

- Leveringskosten iets meer info, bijvoorbeeld wat is de prijs per m³. Is uit te rekenen maar op die manier is het met een opslag te zien.
- Waarom maakt vastrecht geen deel uit van de transportkosten?
- Niet uitgebreid genoeg (vastrecht levering gas).

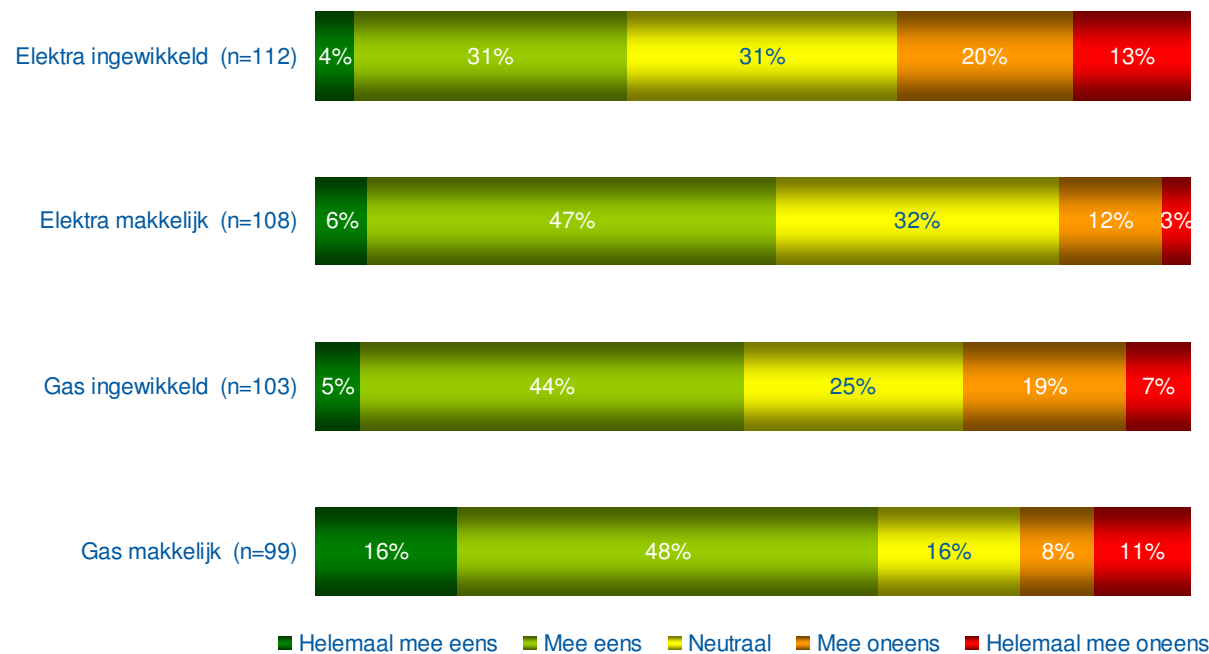
Negatieve opmerkingen (34%):

- Waar is het bedrag van de transportkosten op gebaseerd??
- Ik zou deze kosten gesplitst willen zien zodat ik exact weet wat de prijs per m³ is! (leveringskosten gas).
- Bedrag is niet uitgesplitst. Er is dus niet te herleiden wat het werkelijke tarief is! (leveringskosten gas).
- Vastrecht zitten de transportkosten toch al in, waarom apart, ook de hoeveelheid is hier niet duidelijk.

Resultaten

Prijsinformatie in makkelijkere overzichten (zowel elektra als gas) wordt als eenvoudiger gezien

De prijsinformatie is eenvoudig weergegeven.



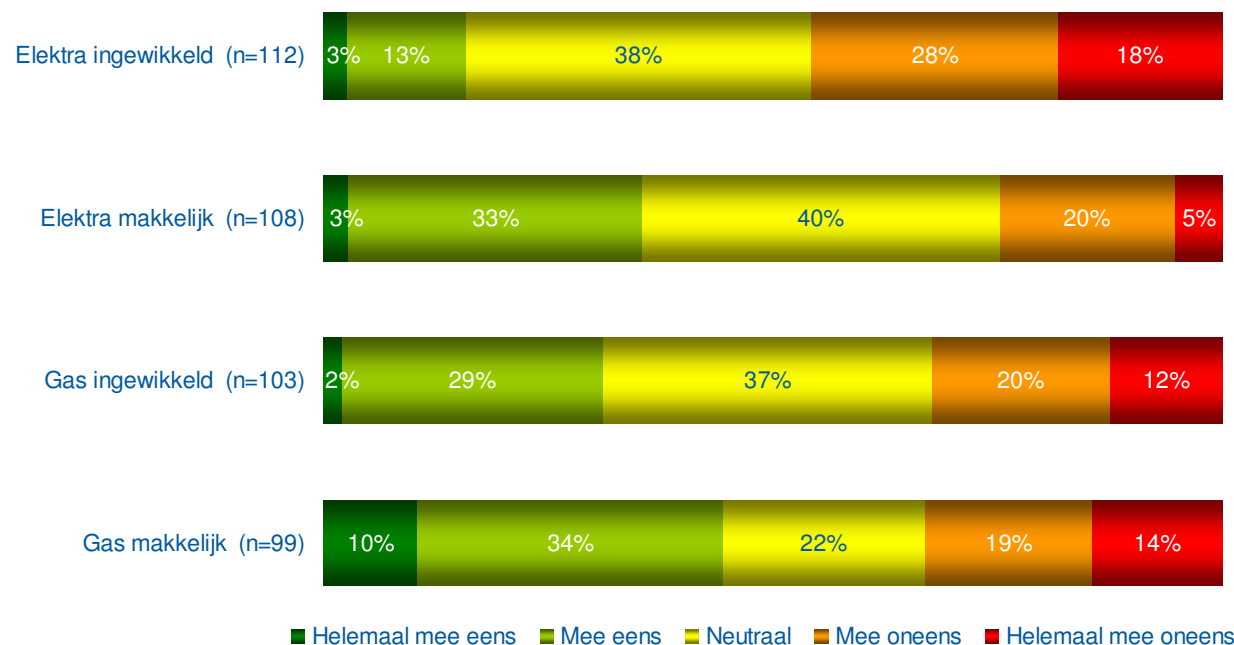
Consumenten die het makkelijke prijsoverzicht m.b.t. gas hebben gezien, beoordelen de eenvoud hiervan significant beter dan het gemakkelijke prijsoverzicht voor elektra.

Basis: alle respondenten: N=422.

Resultaten

Het aantal kostenposten bij het makkelijke elektraoverzicht wordt beter beoordeeld, bij gas is het verschil klein

Het aantal kostenposten op het overzicht is precies goed

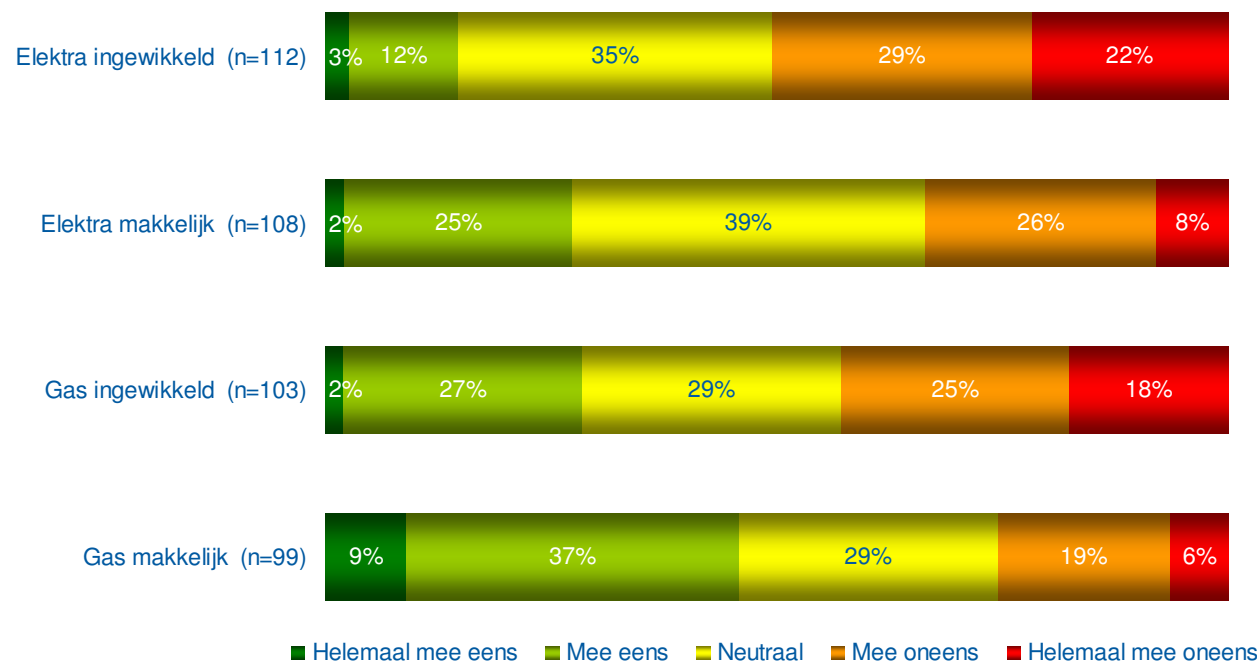


Basis: alle respondenten: N=422.

Resultaten

Begrippen in makkelijke prijsoverzichten (zowel elektra als gas) worden als duidelijker gezien

De begrippen die gebruikt worden zijn duidelijk.



Basis: alle respondenten: N=422.

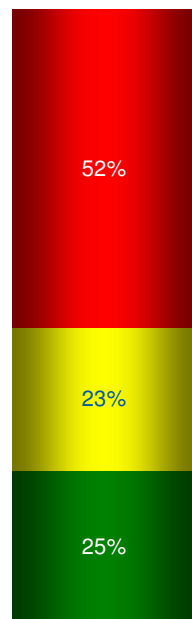
Ervaring met prijsinformatie



Resultaten – ervaring met prijsinformatie

Kwart consumenten is afgelopen twee jaar overgestapt, kwart hiervan vergelijkt prijs aanbod niet met contract

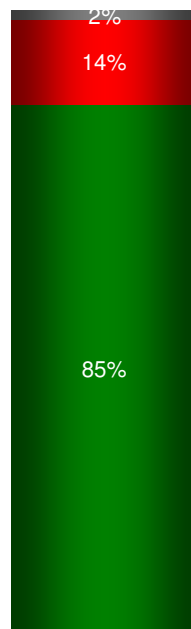
Vraag: Welke situatie is van toepassing?



- Ik ben afgelopen twee jaar NIET overgestapt en heb mij ook NIET georiënteerd op aanbiedingen/ prijzen van energieleveranciers
- Ik ben de afgelopen twee jaar NIET overgestapt, maar ik heb mij wel georiënteerd op aanbiedingen/ prijzen van energieleveranciers
- In de afgelopen twee jaar ben ik wel eens overgestapt naar een andere energieleverancier

Basis: allen respondenten: N=406.

Vraag: Eigen prijs vergeleken met prijs aanbieding?



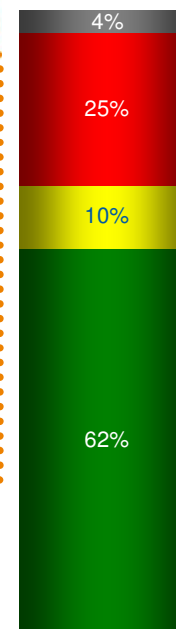
Het betreft hier de perceptie van respondenten dat een vergelijking met de eigen prijs is gemaakt.

Uit het kwalitatieve onderzoek (zie bijlage) bleek dat veel consumenten aanbiedingen van de huidige leverancier interpreteerden als de eigen prijs om een vergelijking te kunnen maken.

- Weet niet
- Nee
- Ja

Basis: allen die zijn overgestapt of zich hebben georiënteerd. N=213

Vraag: Prijs contract vergeleken met aanbieding?



- Weet niet
- Ik heb het niet geprobeerd te vergelijken
- Nee, dat is niet gelukt
- Ja, dat is gelukt

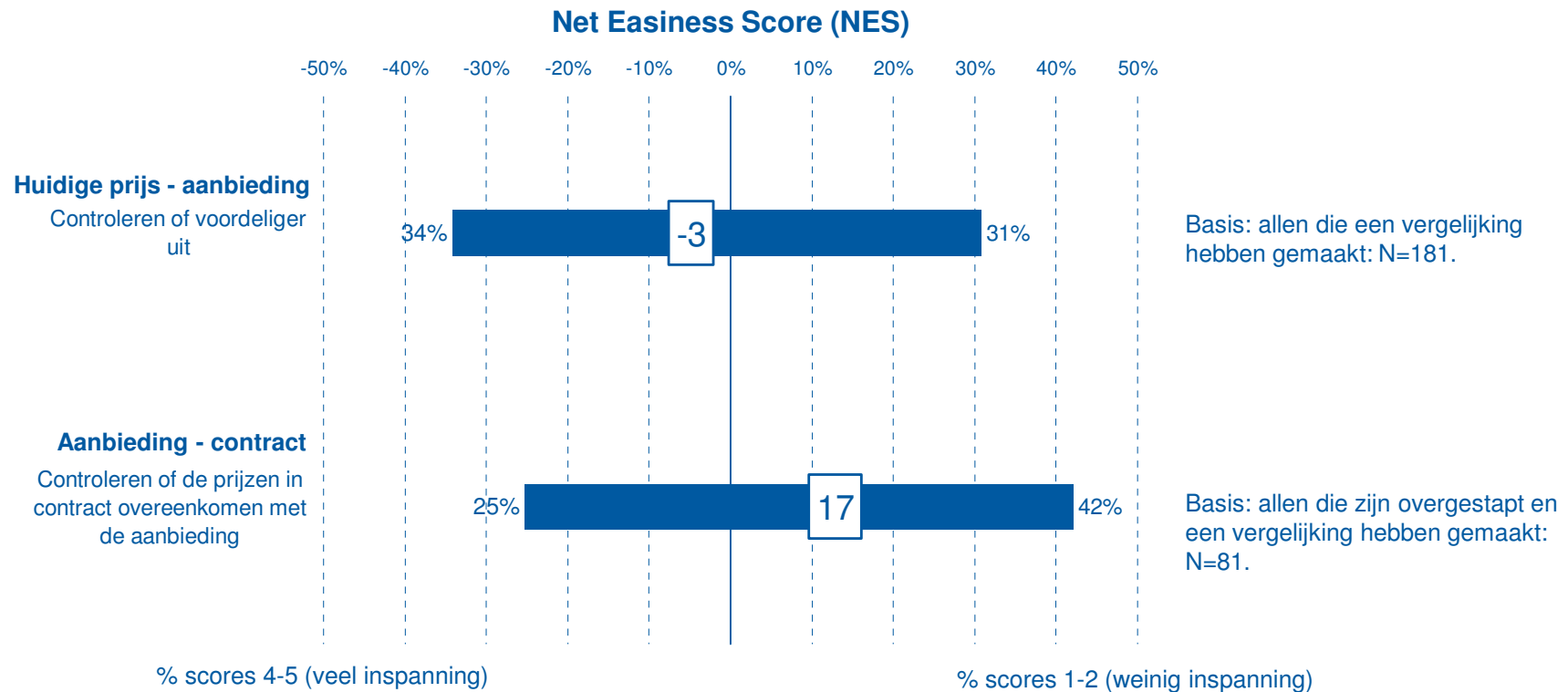
Basis: Allen die zijn overgestapt: N=112.



Hoger opgeleide consumenten zijn de afgelopen twee jaar vaker overgestapt van energieleverancier (33%) dan gemiddeld (21%) en lager opgeleide consumenten (10%).

Resultaten – ervaring met prijsinformatie

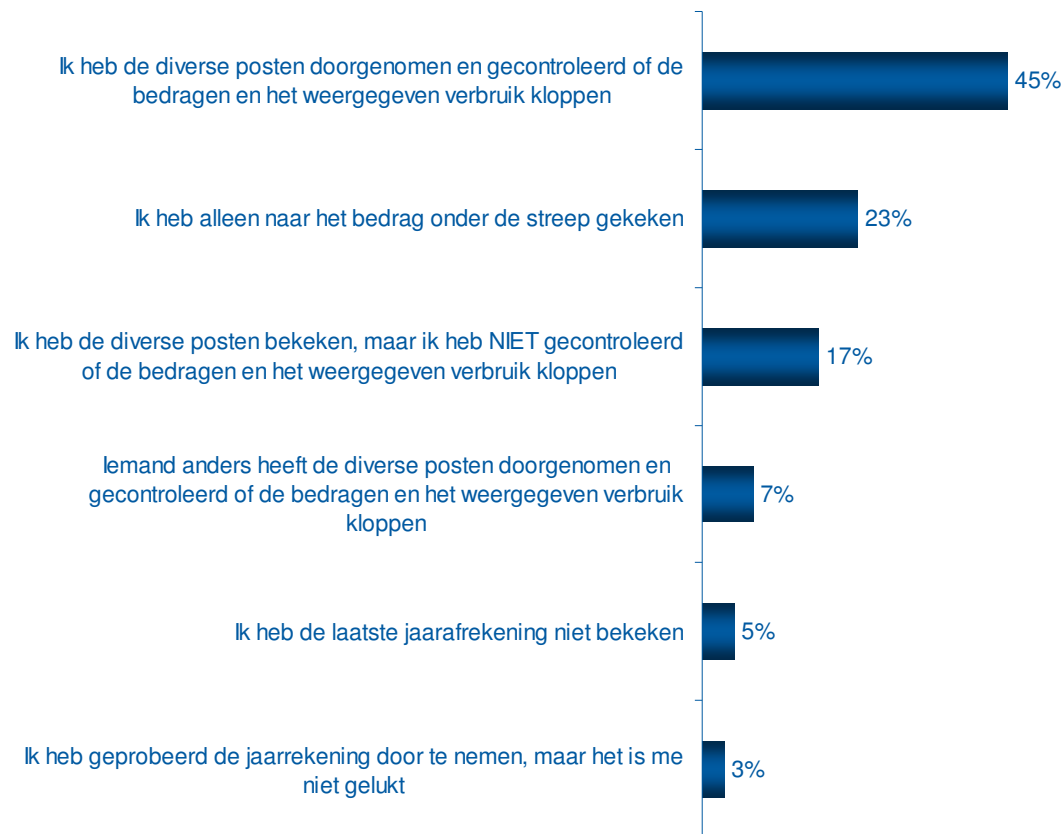
Een derde van de consumenten kost het moeite om de huidige prijs te vergelijken met een aanbieding



In het onderzoek is m.b.t. een aantal zaken gevraagd hoeveel moeite het kost. Schaal: 1-5, 1= zeer weinig moeite en 5= zeer veel moeite. We definiëren de antwoorden 1 en 2 als gemak en de antwoorden 4 en 5 als moeite. De NES score wordt als volgt berekend: % gemak - % moeite. In de bovenstaande grafiek vermelden we de percentages gemak en moeite.

Resultaten – ervaring met prijsinformatie

Circa de helft van de consumenten heeft moeite gedaan om de jaarafrekening te controleren



Consumenten konden zelf aangeven of zij vonden dat ze de posten hadden doorgenomen en gecontroleerd. De controle van de bedragen en het weergegeven verbruik op de jaarafrekening betreft dus interpretatie van de respondent zelf.

Vervolgonderzoek is nodig om vast te stellen in welke mate consumenten er daadwerkelijk in slagen om de bedragen en het verbruik op de jaarafrekening te controleren.

Vraag: Hoe heeft u uw laatst ontvangen jaarafrekening doorgenomen? Basis: alle respondenten: N=422.

Bijlagen kwantitatief onderzoek



Onderzoeksverantwoording

- ⌘ In totaal zijn 1977 respondenten benaderd om mee te doen aan het online onderzoek. Van deze groep hebben 422 respondenten de vragenlijst volledig ingevuld. Hiermee komt de respons op 21%.
- ⌘ De doelgroep van dit onderzoek betrof diegene die binnen het huishouden betrokken is bij de keuze voor een energieleverancier en die wel eens de jaarafrekening bekijkt.
- ⌘ Alle respondenten hebben een e-mail ontvangen met daarin de uitnodiging voor het onderzoek en een link naar de online vragenlijst. Respondenten die de vragenlijst binnen 5 dagen nog niet hadden ingevuld hebben per e-mail een reminder ontvangen.
- ⌘ De gemiddelde invulduur van het onderzoek bedroeg 13 minuten.
- ⌘ De uitvoering van het veldwerk heeft plaatsgevonden van woensdag 6 februari tot en met zondag 17 februari 2013.
- ⌘ De resultaten zijn gewogen naar internettend Nederland.

Prijsoverzicht 1

- Voor dit voorbeeld willen wij u verzoeken uit te gaan van de volgende uitgangspunten:
- Product: u verbruikt alleen Elektriciteit (dus geen Gas)
 - Uw verbruik is: 2500 kWh
 - Type energiemeter: Enkele meter

Kostenpost	Tarief/kosten
Leveringskosten elektra incl. BTW per kWh dag	€ 0,0750
Leveringskosten elektra incl. BTW per kWh avond	€ 0,0550
Leveringskosten elektra incl. BTW per kWh dag	€ 0,0720
Leveringskosten elektra incl. BTW per kWh nacht	€ 0,0520
Leveringskosten elektra incl. BTW per kWh continu	€ 0,0653
Energiebelasting per kWh	€ 0,1410
Vastrecht elektra per maand	€ 2,02
Opslag SDE+ elektriciteit	€ 3,25
Heffingskorting	- € 385,53
Vastrecht transport	€ 21,78
Capaciteitstarief	€ 173,07
Periodieke aansluitvergoeding	€ 24,68
Meterkosten	€ 32,65
Systeemdiensten	€ 5,03
TOTAAL	€ 414,92

Prijsoverzicht 2

❖ Voor dit voorbeeld willen wij u verzoeken uit te gaan van de volgende uitgangspunten:

- Product: u verbruikt alleen Elektriciteit (dus geen Gas)
- Uw verbruik is: 2500 kWh
- Type energiemeter: Enkele meter

Kostenpost	Kosten per jaar
Leveringskosten elektra continu (2500 kWh) incl. BTW en Energiebelasting	€ 515,76
Vastrecht levering elektra	€ 24,25
Opslag duurzame energie elektriciteit	€ 3,25
Heffingskorting	- € 385,53
Netwerkkosten	€ 257,21
TOTAAL	€ 414,94

Prijsoverzicht 3

- ❖ Voor dit voorbeeld willen wij u verzoeken uit te gaan van de volgende uitgangspunten:
- Product: Alleen Gas (Elektra kunt u buiten beschouwing laten)
 - Uw verbruik is: 1000 m³

Kostenpost	Tarief/kosten
Leveringskosten gas per m ³ incl. BTW excl. gasregiotoeslag*	€ 0,3317
Vastrecht gas	€ 24,25
Opslag SDE+ gas	€ 2,80
Energiebelasting	€ 225,30
Vastrecht transport	€ 21,78
Capaciteitstarief	€ 110,21
Periodieke aansluitvergoeding	€ 20,47
Meterkosten	€ 23,87

* Exclusief gasregiotoeslag; deze is afhankelijk van de regio waarin u woont. Zie hiervoor onderstaande kaart van de regio's in Nederland.



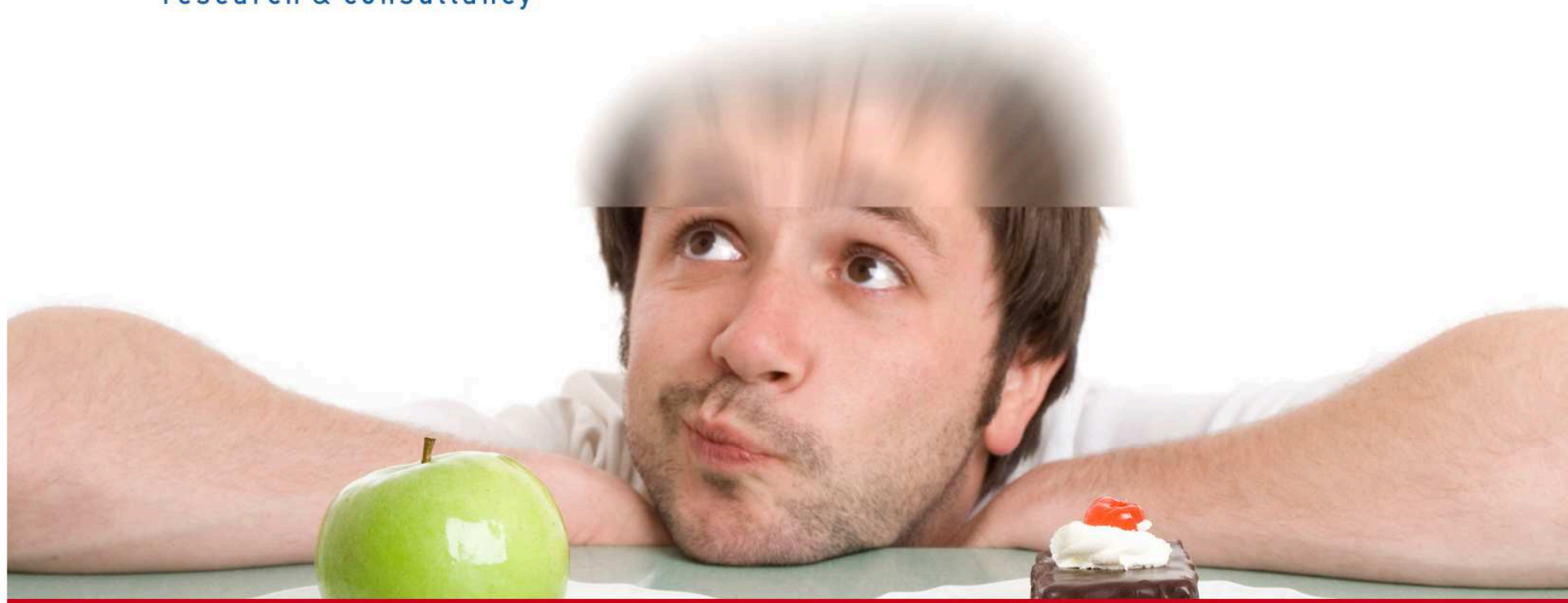
Regiotoeslagen per m ³ , geldend bij variabele tarieven	Gasprofiel 1: bij een verbruik tot 5.000 m ³ per jaar en een gasmeter kleiner dan of gelijk aan G6		Gasprofiel 2: bij een verbruik vanaf 5.000 m ³ per jaar of een gasmeter groter dan G6	
	Excl. btw	Incl. btw	Excl. Btw	Incl. btw
A	€ 0,0029	€ 0,0035	€ 0,0034	€ 0,0041
B	€ 0,0035	€ 0,0042	€ 0,0040	€ 0,0048
C	€ 0,0051	€ 0,0062	€ 0,0056	€ 0,0068
D	€ 0,0073	€ 0,0088	€ 0,0075	€ 0,0091
E	€ 0,0071	€ 0,0086	€ 0,0074	€ 0,0090
F	€ 0,0079	€ 0,0096	€ 0,0081	€ 0,0098
G	€ 0,0092	€ 0,0111	€ 0,0092	€ 0,0111
H	€ 0,0102	€ 0,0123	€ 0,0103	€ 0,0125
I	€ 0,0101	€ 0,0122	€ 0,0102	€ 0,0123
J	€ 0,0136	€ 0,0165	€ 0,0134	€ 0,0162

Prijsoverzicht 4

❖ Voor dit voorbeeld willen wij u verzoeken uit te gaan van de volgende uitgangspunten:

- Product: Alleen Gas (Elektra kunt u buiten beschouwing laten)
- Uw verbruik is: 1000 m³

Kostenpost	Kosten per jaar
Leveringskosten gas (1000m ³) incl. BTW, regiotoeslag, opslag duurzame energie gas en Energiebelasting	€ 563,27
Vastrecht levering gas	€ 24,25
Transportkosten	€176,33
TOTAAL	€763,85



Appels met appels vergelijken

Rapport – Kwalitatief onderzoek naar ketentransparantie energiebranche

Drs. Thijs Hendrix, Senior Research Consultant



Inhoudsopgave

- ⌘ Situatie en vraagstelling
- ⌘ Conclusies
- ⌘ Resultaten
- ⌘ Bijlagen
 - Klantreis
 - Onderzoeksverantwoording

Colofon

in opdracht van

Ma Energiekamer



Thijs Hendrix
Senior Research Consultant
033-3303216
t.hendrix@marketresponse.nl

MarketResponse Nederland BV
Dodeweg 6A
3832 RC Leusden
033 - 330 33 33
www.marketresponse.nl

Projectnummer 18558
© MarketResponse 2013

Situatie en vraagstelling



Situatie

Ketentransparantie speerpunt energiemarkt

- ⚡ **Transparantie van de energiemarkt is één van de belangrijkste pijlers voor een goedwerkende markt.**
 - Door verschillende (historische en politieke) redenen is de opbouw van tarieven zeer ingewikkeld.
- ⚡ **Ketentransparantie is in de recente evaluatie van de Electriciteitswet en de Gaswet aangedragen als speerpunt voor verbetering op de energiemarkt.**
 - Met transparante informatievoorziening door de hele keten, van aanbod tot en met factuur, moeten consumenten empowered worden om (nieuwe) transacties te sluiten met voor hen gunstige aanbieders.
- ⚡ **De NMa is gestart met project “Transparantie” om knelpunten die ketentransparantie in de weg staan te detecteren en oplossingen te identificeren.**
 - De focus ligt op transparantie van informatie over prijzen en bijhorende kosten (bijv. opzegvergoeding) van aanbieders van energie.
 - Vanwege de invoering van het marktmodel in de energiesector is met ingang van 1 april 2013 ervoor gekozen om de scope te beperken tot de transparante keteninformatie door leveranciers.

Situatie

Uitgangspunten ketentransparantie

- ⚡ **Om ketentransparantie mogelijk te maken is consistentie noodzakelijk van informatieverstrekking over kosten, van aanbod tot en met factuur.**
 - Van belang is dat de consument zijn huidige factuur kan vergelijken met aanbiedingen van andere leveranciers. De consument kan dan bepalen of een overstap financieel voordeliger is.
- ⚡ **Ketentransparantie heeft de NMa vertaald naar de volgende drie uitgangspunten:**
 - De prijsinformatie van iedere individuele leverancier is begrijpelijk; de (gemiddelde) consument begrijpt de informatie.
 - De prijsinformatie is vergelijkbaar, waardoor de (gemiddelde) consument op laagdrempelige wijze aanbieders van energie kan vergelijken.
 - De prijsinformatie is door de keten heen consistent; de prijsinformatie in het aanbod is identiek aan die in het contract en de factuur, de eind- of jaarafrekening.

Vraagstelling

Het vergroten van ketentransparantie

- ❖ **De NMa wenst twee vragen te onderzoeken om aansluiting bij de energieconsument te garanderen.**
 1. Welke drempels ervaart de consument bij het doorgronden en vergelijken van informatie over prijzen en kosten die energieleveranciers verstrekken die in de weg staan van ketentransparantie?
 2. Welke oplossingen zijn er om de obstakels van ketentransparantie weg te nemen?
- ❖ **Om de onderzoeksvragen te beantwoorden is gekozen voor een aanpak bestaande uit een aantal stappen. Dit rapport heeft betrekking op het kwalitatief onderzoek.**
 - Drempels voor ketentransparantie zijn in kaart gebracht door consumenten prijsinformatie te laten bestuderen.
 - Deze fase levert input op om oplossingsrichtingen voor meer transparantie te concretiseren. Begin 2013 wordt de invulling van vervolgonderzoek verder geconcretiseerd.



Conclusies



Conclusies

Grootste probleem: vergelijkbaarheid

Uitgangspunten
Ketentransparantie:

-Begrijpelijk
-Vergelijkbaar
-Consistent in keten

- ⚡ **NMa Energiekamer heeft een drietal uitgangspunten geformuleerd voor ketentransparantie: begrijpelijk, vergelijkbaar en consistent in de keten. Uit de verhalen van de doelgroep zien we deze criteria terug. Maar er is één item dat er – qua belang en impact – met kop en schouder bovenuit steekt: **vergelijkbaarheid**.**
- ⚡ **#1 Vergelijkbaarheid** | *“ze strooien bewust zand in de ogen”*
 - Consumenten raken het spoor totaal bijster als ze het aanbod van verschillende leveranciers op detailniveau met elkaar willen vergelijken. Zij vinden de prijsinformatie zeer moeilijk te vergelijken. Bovendien wordt de vergelijkbaarheid bemoeilijkt door producten, kortingen, pakketten en het aanbieden van incentives.
 - Bijkomend probleem is dat consumenten vergelijkingssites wantrouwen en het niet kunnen vergelijken met aanbiedingen van individuele leveranciers vragen oproept.
- ⚡ **#2 Begrijpelijkheid** | *“al die kreten ... geen touw aan vast te knopen”*
 - De materie is ingewikkeld. Uiteindelijk is alles wel te vinden, maar aanbieders nemen de consument niet bij de hand.
- ⚡ **#3 Consistent** in de keten | *“na de overstap ben ik blij dat ik weer rust heb”*
 - De meeste consumenten vergelijken de aanbieding met het contract. Hierna houden consumenten over het algemeen op met het vergelijken. Een enkeling probeert de jaarafrekening nog te vergelijken met het contract. Het kan zijn dat men daar niet uitkomt. Bijkomend probleem: de oorspronkelijke (digitale) offerte is men vaak kwijt.

Conclusies

Ketentransparantie is niet het enige

- ⚡ Het feitelijk inzicht in de kosten is niet de enige reden voor consumenten om te switchen. Hieraan voorafgaand spelen ook andere ideeën en verwachtingen een rol. Vanuit deze inzichten zijn de onderstaande aanbevelingen geformuleerd.
 1. Benadruk het gemak van de feitelijke overstap: Ervaren switchers zijn erachter gekomen dat de feitelijke overstap heel eenvoudig (online) te regelen is. Anderen hebben de verwachting dat (ook) dit gecompliceerd zal zijn.
 1. Benadruk gegarandeerde levering, ook na overstap. Niet iedereen is zich bewust van het feit dat levering en afrekening tegenwoordig gescheiden zijn. En zelfs al 'weet' men het wel, het 'voelt' het nog niet zo.

Conclusies

Vaste overstapmomenten zouden marktwerving bevorderen

- ∴ De analogie met zorgverzekeringen ligt voor de hand, ook in de ogen van veel consumenten. Het grote verschil is dat er geen 'natuurlijk switchmoment' is bij energie. Ook is er geen deadline, waardoor niets doen een optie blijft voor consumenten.
- ∴ Vaste overstapmomenten zouden consumenten actiever kunnen maken. Mogelijkheden zijn bijvoorbeeld:
 - **Ontvangen jaarafrekening:** Het ontvangen van de jaarafrekening is een mooi moment om opnieuw te oriënteren. Dit moment kan aangegrepen worden als jaarlijks ankerpunt voor een mogelijke overstap.
 - De (hoogte van de) eindafrekening is een spannend moment voor consumenten waarop energie tijdelijk een product met hoge betrokkenheid is. Op basis van het werkelijke verbruik kan men ook goed kijken of de betreffende leverancier nog steeds het beste aanbod heeft.
 - **Bekendmaking nieuwe tarieven:** Zit u nog wel goed?
 - Er is nog een (potentieel) logisch overstapmoment. Hier hebben we niemand over gehoord, maar het biedt wel perspectieven: 2x per jaar mogen leveranciers hun tarieven aanpassen. Deze momenten zouden ook aangegrepen kunnen worden om consumenten te wijzen op mogelijke besparingen.

Conclusies

Forceer blauwdruk prijsopbouw

- ❖ **Consumenten verlangen naar betere vergelijkbaarheid. Zij willen appels met appels kunnen vergelijken en men heeft het gevoel dat dit nu niet mogelijk is door verschillende opbouw en presentaties van prijzen. Een uniform overzicht wordt vaak genoemd als oplossing.**
 - Met een uniform overzicht wordt leveranciers de mogelijkheid ontnomen om 'rookgordijnen' op te trekken. Bijvoorbeeld m.b.t. overstapboetes noemen consumenten dat informatie moeilijk te vinden is.
 - Consumenten willen de prijs altijd inclusief BTW zien.

- ❖ **Hieronder de prijsopbouw vanuit consumentenperspectief:**

Categorie	Prijs-elementen
Ligt aan 'u' als klant	€ Groen/grijs € Vast/variabel € Looptijd opties (1 jaar, 3 jaar, 5 jaar etc.)
Ligt aan 'ons' als leverancier	€ m³ € kWh € Vastrecht € Korting en incentives (onderaan de streep) Vergoeding overstapboete
Ligt 'vast' vanuit de overheid	€ Transportkosten Metervergoeding € Regiotoeslag € Belasting

Conclusies

Input voor oplossingsrichtingen

⚡ Tot slot geven we een eerste overzicht van mogelijke oplossingsrichtingen. Graag gaan we in gesprek met de NMa om oplossingsrichtingen nader vast te stellen en te toetsen onder een grotere groep consumenten.

- Betere uitleg van begrippen (vastrecht, transportkosten) en welke tarieven kunnen verschillen tussen leveranciers.
- Uitleg van de markt, wegnemen risico dat men zonder stroom komt te zitten, dubbele rekeningen etc.
- Partijen die men vertrouwt Consumentenbond, VEH etc. kunnen slapende energiekanten wel in beweging brengen om dat een deel van de angst en de rompslomp wordt weggenomen.
- Meer duidelijkheid/transparantie over boetes en boetebedragen. Het is nu vaak moeilijk te vinden. Deze informatie moet makkelijker vindbaar worden en duidelijk en eerlijk gecommuniceerd worden.
- Men wil een goed overzicht. Een uniform overzicht waar de (gewenste) leveranciers naast elkaar worden gezet, op dezelfde wijze weergegeven/opgebouwd. Bijvoorbeeld zoals bij het uniforme pensioenoverzicht.
- Er is verschil van mening of men alleen de totaal prijzen wil vergelijken per aanbieder of dat men een tabel wil per leverancier met alle kosten en ook eventuele verborgen kosten (zoals boetes bij opzeggen). Dus of een totaalprijs (onder de streep) of een totaaloverzicht van alle kosten (boven de streep).
- De prijs zou altijd inclusief BTW weergegeven moeten worden.
- Keurmerk voor vergelijkingssites of vanuit de overheid een vergelijkingssite.

Resultaten



Resultaten

Energiemarkt is complex en niet transparant

"Ik zie door de bomen het bos niet meer!"

"Al die kreten, al die begrippen ...pfff ... wat ze allemaal verzonnen hebben!"

pakketten
kortingenvastrecht
voorschotbedrag
energiebelastingeindafrekening
transportkosten regiotoeslag
boetes overstapkosten kWh
iPadverbruik
cadeau

"Op een gegeven moment krijg je weliswaar heeeeel veel cijfertjes te zien, maar daarmee wordt het alleen maar nog onduidelijker!"

Resultaten

Angst regeert op de energiemarkt

⚡ Angst dat het moeilijk is

Niet-switchers laten zich weerhouden door een (veronderstelde) complexiteit van zowel het oriëntatie proces als de daadwerkelijke overstap.

⚡ Angst dat het niet goed gaat: geen levering, administratieve fouten

De angst voor administratieve chaos is meestal gebaseerd op verhalen (uit het verleden) van anderen, of uit de media. Soms heeft men zelf problemen gehad met dubbele rekeningen en dergelijke. De angst voor een onderbroken levering is – per definitie – niet gebaseerd op harde feiten.

⚡ Verwachting dat het allemaal niet veel scheelt

Vanuit bovenstaande angsten komt men al (te) snel tot de conclusie dat het toch niet loont om over te stappen *“veel gedoe, voor weinig”*.

⚡ Angst om te veel te betalen

Zoals eerder aangegeven: een negatieve aanleiding om in actie te komen (loyaliteit wordt niet beloond door leveranciers). Je moet wel switchen om niet te veel te betalen. Switchers krijgen namelijk kortingen en acties.

⚡ **Consumenten vertrouwen vooral de traditionele grote leveranciers die ze kennen. Deze bekende partijen wekken meer vertrouwen dan minder bekende vergelijkingssites. Bekende partijen als de Vereniging Eigen Huis en Consumentenbond kunnen niet-actieve consumenten wel bewegen om een overstap te maken.**

Resultaten

Ervaringen en verwachtingen bepalen gedrag

Ervaring bepaalt gedrag

- Ervaren switchers weten inmiddels dat de feitelijke overstap weinig om het lijf heeft. Zij zien dan ook niet op tegen deze fase. Met als gevolg dat ze zich eerder storten in een volgende overstap.

Verwachtingen bepalen gedrag

- Consumenten die nog nooit zijn geswitcht weten niet precies wat ze te wachten staat, maar verwachten wél dat het enorm tegen zal vallen (inclusief de feitelijke overstap). Met als gevolg dat ze niet actief worden *“overstappen, daar begin ik niet aan!”*.

- *“Overstappen doe je niet voor de lol”.*
“Maakt toch niks uit”. “Er is geen beginnen aan”. “Het kost eindeloos veel tijd”

- Switchers voelen zich bijna gedwongen om over te stappen, soms bijna tegen wil en dank
“Zittenblijvers worden nooit beloond ... je moet wel overstappen, anders laten ze je te veel betalen!!”

Resultaten

Vergelijkbaarheid: ver te zoeken

- ⚡ **Het ontbreekt aan een uniforme prijsopbouw. Dat maakt het voor consumenten lastig om goed te vergelijken. Ze hebben nu het gevoel dat ze appels met peren aan het vergelijken zijn.**
 - Vergelijkingssites focussen op het eindbedrag en creëren daarmee een schijnzekerheid voor de consument. Er blijft angst bestaan om later toch meer te moeten betalen.
 - Aanbieders focussen op een eventuele overstap, en leggen daarmee zoveel mogelijk nadruk op 'voordeeltjes' op korte termijn.
- ⚡ **Gemak en accuraatheid blijken strijdig.**
 - Om de consument van dienst te zijn (en snel een eerste resultaat te bieden) wordt vaak gewerkt met normverbruik in plaats van feitelijk energieverbruik. Als het verbruik afwijkt van de norm kan dus een onjuist beeld ontstaan. Niet iedereen lijkt zich hiervan bewust.
- ⚡ **Probleem is dat consumenten de huidige prijs niet meenemen in de vergelijking.**
 - Wanneer de huidige aanbieder goed scoort in de vergelijking gaat men er van uit dat een switch beperkt prijsvoordeel zal opleveren. Aangezien de consument bij de huidige leverancier waarschijnlijk een hogere prijs zal betalen wordt het prijsvoordeel onderschat.
 - Bijkomend probleem: consumenten vinden het lastig om de prijzen van het lopende contract te achterhalen. *"Ik vul mijn huidige leverancier ook maar in bij de vergelijkingssite, dan weet (!) ik wat ik nu betaal"*.

Resultaten

Begrijpelijkheid: vergt (te) veel moeite

Door verschillende (historische en politieke) redenen is de opbouw van tarieven zeer ingewikkeld.

- ⌘ Aan de ene kant is het niet verwonderlijk dat een gewone consument door de bomen het bos niet meer ziet. De prijsopbouw kent veel componenten, die niet per se logisch overkomen.
- ⌘ Aan de andere kant lijkt het wel alsof aanbieders bewust de schimmigheid koesteren; er wordt geen duidelijkheid onderscheid gemaakt tussen kosten waarop je als consument wél en niet kan sturen.
- ⌘ Begrijpelijkheid heeft ook te maken met uitleg van wát die componenten allemaal betekenen. Hiervoor wordt de consument gedwongen om *“heel wat door te klikken”*. Uiteindelijk is de uitleg wel (ergens) te vinden, maar makkelijk is het niet.

Resultaten

Consistentie: te mooi om waar te zijn

⚡ Een gemiddelde consument neemt niet eens de moeite om de ketenconsistentie te onderzoeken.

- Na een overstap is er *“eindelijk weer rust”* en voelt men niet de noodzaak om te checken of alles wel klopt. Een *“het zal wel”* houding overheerst.
- Deze houding kan voortkomen uit een – onbewuste – verwachting dat de vergelijking (ook weer) ingewikkeld zal zijn.

⚡ Consistent met contract/bevestiging

- Het vergelijken van de jaarafrekening met het contract is een vergelijking met heel veel onbekenden. *“Ben ik meer gaan verbruiken of niet?”*. En als niet gekozen is voor een vaste prijs: *“Is de energieprijs gestegen of gedaald?”*.
- Het is opvallend dat slechts een enkeling überhaupt een poging waagt om de consistentie te checken. De één lukt het wel *“bijna tot op de cent”*, de ander niet *“naar aanleiding van jullie huiswerk opdracht heb ik het geprobeerd, maar ik kom er echt niet uit!”*.

Bijlage: Klantreis

Leerzame insights zijn deels afkomstig uit de huiswerkopdracht en individuele opdrachten tijdens de groepsdiscussies



Klantreis

1. Bewustwording: hollen of stilstaan



Bij de meeste mensen leeft wel een (vaag) besef dat het wellicht zou lonen om over te stappen naar een andere leverancier. Maar velen prefereren (onbewust) om in 'slaapstand' te blijven. Gek genoeg kan men zomaar opeens 'ontwaken' en in actie komen. Sterker nog: van de weeromstuit kan men zomaar een paar stappen overslaan.

"Normaal gesproken heb ik daar een hekel aan ... het verbaast me eerlijk gezegd van mezelf ... maar er kwam iemand aan de deur met een goed verhaal En toen ben ik meteen overgestapt!"

- ⚡ Meestal begint de bewustwording met een **externe** prikkel.
 - O.a.: vrienden, bekenden, media, DM, colportage, acties.
- ⚡ De externe prikkel kán zich vertalen in een **intern** bewustwordingsproces. Maar daarbij spelen meerdere factoren een rol:
 - Twijfel: zit ik wel goed, kan het (echt) niet goedkoper
 - Scepsis: je moet wel overstappen
 - Kansen: er valt écht iets te verdienen

Klantreis

2. Oriëntatie: vanuit diverse invalshoeken

KLANTREIS

1. Bewustwording
2. Oriëntatie
3. Besluit
4. Overstappen
5. Achteraf

Hoe de oriëntatie wordt uitgevoerd is afhankelijk van de insteek:

- 'Checken' van een aanbieding of actie
(is het echt zo goedkoop als wordt voorgespiegeld)
- Eerste snelle scan van prijzen en mogelijkheden
(wat zijn de acties, cadeautjes, kortingen en uiteindelijk: prijzen)

Uiteindelijk kan dit uitmonden in een serieuze poging om prijzen te vergelijken.
En pas dán komt transparantie om de hoek kijken.



Klantreis

2. Oriëntatie: vergelijkers & leveranciers



De reis start heel vaak bij Google, om vervolgens uit te komen bij vergelijkingssites. Maar er zijn ook genoeg klanten die 'rechtstreeks' leveranciers vergelijken.

⚡ Vergelijkingssites: breed, maar ook betrouwbaar?!

- De drempel om vergelijkingssites te gebruiken voor een eerste – verkennende – vergelijking is vaak laag: het aanbod is breed, en lijkt in eerste instantie transparant. *“Je geeft je postcode op, klikt op het aantal poppetjes...”*. Soms maakt men vervolgens – abusievelijk – een vergelijking op basis van de ranking: *“mijn leverancier staat nummer drie, dus dan zal ik wel goed zitten”*.
- Toch zijn er ook bezwaren en nadelen. Het grootste bezwaar is dat niet helder is wat erachter steekt en welk belang de vergelijker zelf heeft: het gevoel van een addertje onder het gras. Van daaruit is het niet verwonderlijk dat men de geboden informatie niet altijd vertrouwd: is het wel actueel? Compleet?

⚡ Leveranciers sites: onoverzichtelijk

- De evoked set van consumenten die rechtstreeks naar een leverancier gaan blijkt beperkt. Meestal alleen de 'grote jongens'. Dit vormt een serieuze drempel voor prijsvergelijking.
- Elke leverancier heeft zijn presentatie. Eerst komen de lokkertjes, dan de informatie. *“Uiteindelijk ... na heel goed zoeken ... vind je ergens een pdf-je met de feitelijke prijzen. Een normaal mens is dan allang afgehaakt!”*

2. Oriëntatie: gecompliceerd



KLANTREIS

1. Bewustwording
2. Oriëntatie
3. Besluit
4. Overstappen
5. Achteraf

- ❖ Men oriënteert zich op de wenselijkheid om over te stappen: welk prijsvoordeel valt er te behalen.
 - De prijsvergelijking is zelden zuiver: gebaseerd feitelijk gebruik en vergelijkbare kosten.
 - Kortingen vertroebelen de zaak.
“Dan wil ik ook weten hoe lang die korting geldt en/of wat er na die periode gebeurt...”
- ❖ Daarnaast oriënteert men zich op de implicaties. *“Ik heb gezocht naar een eventuele overstapboete, die kon ik nergens vinden.”*
- ❖ En dan spelen volgende zaken ook een rol bij de oriëntatie:
 - Karakter: wel/niet leuk om dingen uit te zoeken
 - Ervaring: weet ik (precies) waar ik naar op zoek ben
 - Houding: is het wenselijk om eerst alles uitgezocht te hebben
 - Zelfvertrouwen: durf ik erop te vertrouwen dat mijn bevindingen echt kloppen

Klantreis

3. Besluit: ja of nee...



Vaak zoekt men enige vorm van bevestiging, voordat men de knoop daadwerkelijk door durft te hakken. Het liefst een persoonlijke bevestiging. (Daarom zijn colporteurs ook zo effectief.) *“Ik zou dan toch even bellen, voordat ik een besluit neem.”*

⚡ Overstappen is eng | drempel: onzekerheid

Er circuleren verhalen van administratieve problemen die zich na een overstap over de consument uitstort. Daar heeft niemand zin in (hoe klein/groot die kans ook daadwerkelijk is).

“Uiteindelijk heb ik toch maar meegedaan met de veiling van Vereniging Eigen Huis, dan weet je tenminste zeker dat het goed zit”

⚡ Doe ik er wel goed aan | drempel: twijfel

Vooraf is het moeilijk om zeker te weten dat je de juiste keuze maakt. Ben ik straks niet toch duurder uit? Gaat mijn verbruik niet opeens omhoog? En ook heel praktisch: *“ik wil wel vooraf weten wat mijn nieuwe maandbedrag wordt!”*

De ultieme twijfel: worden alle beloftes wel waargemaakt?!

Klantreis

4. Overstappen: valt best mee



∴ Niet-switchers zien op tegen de overstap zelf.

∴ Switchers hebben ervaren dat het enorm meevalt: *“online doorgeven ... de rest gaat vanzelf”*

“Eigenlijk verbazingwekkend hoe gemakkelijk dat ging. En de nieuwe leverancier betaalde zelfs de overstapboete. Dat wist ik van tevoren niet!”

“Het daadwerkelijk terugkrijgen van de boete bleek best ingewikkeld. Ze hadden niet gezegd dat ik er zelf wat voor moest doen. Maar uiteindelijk is dat ook goed gekomen.”

Klantreis

5. Achteraf: check blijft uit



He, he, eindelijk rust

- ⚡ De meeste switchers zijn blij dat ze de knop hebben doorgehakt, en willen vervolgens het liefst berusten in de gemaakte keuze.
- ⚡ Ergens knaagt nog wel de onzekerheid *“heb ik het wel goed gedaan”*, en *“gaat mijn maandbedrag niet omhoog”*, of erger nog: *“moet ik aan het eind van het jaar enorm bijbetalen?!!”*.
- ⚡ Maar de daadwerkelijke check of alles klopt blijft meestal achterwege.

Je kunt er toch niks aan doen

- ⚡ Velen koesteren de gedachte dat je er toch pas wat van kan zeggen na verloop van 12 maanden.
- ⚡ Anderen maken zich wél druk. Dat kan gaan over het verbruik van energie zelf (irrationeel gedrag) en/of over de kosten.

Bijlage: Onderzoeksverantwoording



Onderzoeksverantwoording

Onderzoeksopzet

- ⌘ Het onderzoek is uitgevoerd door middel van 3 groepsdiscussies, (n=8, t=120 per discussie), op 17 en 18 december 2012 bij MarketResponse in Leusden.
- ⌘ De selectiecriteria voor alle respondenten en de criteria per doelgroep zijn op de volgende slide weergegeven.
- ⌘ De interviews werden gemodereerd door Elsbeth de Lijster en Hans van Grasstek.
- ⌘ NMa Energiekamer kon vanuit de meekijkkamer de gesprekken 'live' volgen d.m.v. een gesloten tv-circuit.

Onderzoeksverantwoording

Selectiecriteria

- ⌘ Aan het onderzoek hebben 24 respondenten deelgenomen
 - Deelnemers hebben een financiële incentive ontvangen als dank voor hun deelname en ter vergoeding van reiskosten
- ⌘ De respondenten zijn geselecteerd a.d.h.v. de volgende criteria:
 - Alle respondenten:
 - Tussen de 18-60 jaar
 - Zijn de beslisser in het huishouden als het aankomt op de keuze voor de energieleverancier.
 - Doelgroep 1
 - Consumenten die zich afgelopen 2 jaar NIET verdiept hebben in prijsinformatie/tarieven van energieleveranciers maar wel het gevoel/verwachting hebben dat dit ingewikkeld is, veel tijd kost, moeilijk is etc.
 - Doelgroep 2
 - Consumenten die zich afgelopen 2 jaar WEL verdiept hebben in prijsinformatie/tarieven van energieleveranciers maar nog niet zijn overgestapt o.a. door problemen ten aanzien van transparantie. Bijvoorbeeld omdat ze het ingewikkeld vinden om prijzen te vergelijken/om tot een goede keuze te komen, het niet vertrouwen, bang zijn om toch meer te betalen, etc.
 - Doelgroep 3
 - Consumenten die afgelopen 2 jaar zijn overgestapt naar een nieuwe energieleverancier en ervaring hebben met aanbieding, contract en factuur en hoe prijzen daar worden weergegeven.
- ⌘ Verder is er gestreefd naar een spreiding over:
 - Leeftijd
 - Geslacht
 - Energieleverancier

Onderzoeksverantwoording

Checklist

- ❖ **Introductie**
Uitleg onderwerp en lengte van gesprek, anonimiteit, videoapparatuur, eventuele vragen van de respondent beantwoorden etc.
- ❖ **Opwarm rondje**
De moderator ziet erop toe dat alle respondenten zich op hun gemak voelen, en verderop hun mening durven geven.
 - Iedereen stelt zichzelf voor in de zin van leeftijd, gezinssamenstelling, beroep, hobby's.
 - Hoe zijn bij jullie thuis de taken verdeeld? Wie betaalt de rekeningen? Wie houdt zich bezig met (beslissingen op het gebied van) energieleveranciers?
 - We gaan het vandaag hebben over energieleveranciers.
 - Als ik dat zo zeg ('energieleveranciers'), wat is daarbij je eerste associatie?
 - Welk beeld (letterlijk) zie je voor je?
 - Wat voor gevoel roept het op?
 - Waar ben je blij mee?
 - Zijn er ook zaken waar je minder tevreden over bent?
 - Hoe praat je op feestjes en partijen over je energieleverancier?
 - Ben je tevreden?
 - Waarmee wel?
 - Waarmee niet?
 - Waarom zou je wel/niet overstappen naar een andere leverancier?
- ❖ **Klantreis**
Respondenten hebben vooraf een huiswerkopdracht gedaan. Daarmee komen ze 'beslagen ten ijs' tijdens de groepsdiscussie; ze hebben zich al inhoudelijk in het onderwerp verdiept. Bijkomend voordeel: tijdswinst tijdens de discussie.
We stimuleren respondenten om eerst hun eigen gedachten te ordenen (en: vast te 'pinnen'). Daarna vindt een interactieve bespreking plaats. Dankzij de wisselwerking tussen de gesprekspartners kunnen we succesvol op zoek naar achterliggende factoren. De individuele plaatsbepaling vooraf zorgt ervoor dat alle – ook afwijkende – attitudes en gedragingen besproken worden.

- ❖ **Individueel: invulformulier klantreis**
Respondenten vullen individueel een formulier met vragen in. Per fase van de zogenaamde 'klantreis' krijgen we inzicht in verwachtingen, ervaringen en waardering.
 - Fase 1 bewustwording (mogelijke switch)
 - Fase 2 oriëntatie
 - Fase 3 besluitvorming
 - Fase 4 overstappen (indien van toepassing)
 - Fase 5 achteraf (indien van toepassing)
- ❖ In de groep bespreken we vervolgens de verschillende fases (1 t/m 5)
De moderator maakt aantekeningen op de flip-over
 - In welk stemming ben je tijdens deze fase? Wat is het gevoel?
 - Wat zijn de feitelijke, inhoudelijke overwegingen?
 - Wat verwacht je eigenlijk? (inhoud)
 - Wat gebeurt er in de praktijk?
 - Hoe worden je verwachtingen overtroffen? Wat gaat goed?
 - Wat valt tegen?
 - Hoe kom je vervolgens tot je keuzes? Wat bespreek je? Met wie? Wat zijn de argumenten?

Tijdens de bespreking van bovenstaande komt – als vanzelf – de onderwerpen transparantie, prijs(informatie) en voorwaarden aan bod. We zijn erop bedacht wat hier wordt gezegd. Want juist deze – onbeholpen – opmerkingen zijn heel waardevol: welke woorden en intonaties worden gekozen? Hoe wordt erbij gekeken? Wat zijn de non-verbale signalen?
- ❖ We hebben nu jullie hele 'klantreis' besproken. Op een aantal momenten hoorde ik jullie praten over de prijs, prijsinformatie en voorwaarden. Laten we die momenten weer even terugpakken...
 - Welke rol speelt prijs(informatie) in Fase 1 (t/m 5)?
 - Wat zijn je verwachtingen vooraf?
 - Wat kom je in de praktijk tegen?
 - Waardoor wordt je aangenaam verrast?
 - Wat valt tegen? Wat steekt daar achter? (vraag door op: onwil of onkunde)
- ❖ Vraag door op de geboden transparantie...

Onderzoeksverantwoording

Checklist

- ❖ **Beoordeling (prijs)informatie vanuit aanbieders**
Veel zal in dit stadium al gezegd zijn over de (prijs)informatie vanuit de diverse aanbieders. Voor zover nodig vragen we hier door...
- ❖ Als we nog meer inzoomen op de informatie die de verschillende leveranciers je geven over prijzen en voorwaarden...
 - Wat doen ze goed?
 - Noem voorbeelden van zaken waar je enthousiast over bent... (kijk – indien nodig – weer even in je huiswerkopdracht)
 - Zijn er verschillen tussen de aanbieders?
 - Tijdens je huiswerkopdracht heb je verschillende aanbieders voorbij zien komen. Waarin doet de één het beter dan de ander?
 - Noem concrete voorbeelden!
 - Reageer op die punten die andere respondenten inbrengen. Herken je je daarin?
 - Hoe zouden jullie de houding van de leveranciers omschrijven, vanuit welke 'basishouding' verstrekken ze informatie aan klanten zoals jullie?
 - Wees alert op signalen als nodeloos ingewikkeld en bewust onduidelijk
- ❖ Laten we het eens heel concreet maken...
 - Wat hebben ze je duidelijk weten te maken?
 - Wat snap je nu wel, wat je daarvoor niet begreep?
 - Wat snap je nog steeds niet? Met welke vragen en onduidelijkheden blijf je zitten?
 - In hoeverre 'klopt' de informatie die je krijgt?
 - Zijn er ook voorbeelden van zaken die (eerst) anders voorgespiegeld worden?
 - Klopt de aanbieding vooraf bij het contract en jaarafrekening achteraf?
 - Is dit makkelijk/eenduidige te controleren?
 - Neem je die moeite überhaupt? Waarom wel/niet?

- ❖ **Brainstorm ideale situatie**
Als de tijd het toestaat (en de verwachting is dat het inhoudelijk nog wat toevoegt) zetten we een korte brainstorm op naar de ideale situatie.

We hebben inmiddels veel aspecten van de (prijs)informatie vanuit aanbieders besproken. Maar hoe zou het er – wat jullie betreft – idealiter uitzien?

- Denk weer even terug aan de verschillende fases van de klantreis; wat zou er idealiter gecommuniceerd moeten worden?
 - WAT: de inhoud
 - HOE: kanaal, methode
- Denk ook aan de volgende aspecten:
 - Begrijpelijk voor jou als consument
 - Vergelijkbaar tussen de diverse aanbieders
 - Consistent vanaf vooraf, via bevestiging/contract tot en factuur/eindafrekening

- ❖ **Vragen van de zijde van de opdrachtgever**
In overleg met de betrokken projectleiders bestaat de mogelijkheid om extra vragen in te brengen.

- ❖ **Bedanken en afsluiten**