

Monitor kleinverbruikersmarkten gas en elektriciteit

2009

Energiekamer
Nederlandse Mededingingsautoriteit
Den Haag, 12 november 2009

Projectteam:
Jeroen Cordeweners
Matthias Noorlander
Tessa Schalm
Mark te Velthuis

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	3
Samenvatting	5
1. Productaanbod	5
2. Prijzen	5
3. Concentratie	5
4. Toetredingsdrempels	6
5. Dienstverlening	6
6. Transparantie	6
7. Overstappen	6
8. Marktvertrouwen	6
Inleiding	9
Relevante gebeurtenissen juli 2008 – oktober 2009	11
1 Productaanbod	15
Samenvatting	15
1.1 Inleiding	15
1.2 Productvariatie	15
1.3 Vraag naar Producten	16
1.4 Aanbod van producten	17
1.5 Grijs en groene stroom	18
2 Prijzen	21
Samenvatting	21
2.1 Inleiding	21
2.2 Prijsontwikkeling	21
2.3 Besparingspotentieel	26
2.4 Opbouw van de energierekening	27
2.5 De energierekening van 2001 tot nu	28
2.6 Hoe beoordeelt de consument de energieprijzen?	29
2.7 Hoe beoordeelt de NMa de leveringsprijzen?	30
3 Concentratie	31
Samenvatting	31
3.1 Inleiding	31
3.2 Mate van concentratie	31
3.3 Vergunninghouders	33
3.4 Recente overnames	34
4 Toetredingsdrempels	35
Samenvatting	35
4.1 Inleiding	35
4.2 Marktaandeel van nieuwkomers op de consumentenmarkt voor elektriciteit en gas	35
4.3 De belangrijkste toetredings- en groeidrempels	38
4.4 Ontwikkelingen in overige drempels	39
5 Dienstverlening	40
Samenvatting	40
5.1 Inleiding	40
5.2 Tevredenheid over dienstverlening	40

5.3	Administratieve dienstverlening	40
5.4	Klachtenafhandeling	41
5.5	Bereikbaarheid	42
5.6	Energiewijzer biedt consument meer vergelijkbare informatie	42
6	Transparantie.....	43
	Samenvatting	43
6.1	Algemeen	43
6.2	Zoeken, vergelijken en kiezen	44
6.3	Aanbod / werving.....	45
6.4	Contract.....	48
6.5	Overstap.....	49
6.6	Afrekening.....	49
7	Overstappen	51
	Samenvatting	51
7.1	Inleiding	51
7.2	Overstappercentage	51
7.3	Overstapintentie.....	53
7.4	Overstapmotieven en -drempels.....	54
7.5	De Nederlandse energieconsument in perspectief.....	55
8	Marktvertrouwen	56
	Samenvatting	56
8.1	Algemeen	56
8.2	Beïnvloedingsfactoren marktvertrouwen.....	56

Samenvatting

In deze Monitor onderzoekt de NMa de meest recente ontwikkelingen op de energiemarkt voor kleinverbruikers (consumenten). Aan de hand van deze ontwikkelingen kan de NMa eventuele knelpunten identificeren en acties formuleren om de werking van deze markt te verbeteren.¹ In deze Monitorrapportage wordt de energiemarkt voor consumenten beschreven aan de hand van een achttal indicatoren. Hieronder volgt een samenvatting aan de hand van deze indicatoren.

1. Productaanbod

De variatie in aanbod van energieproducten blijft onveranderd hoog. Het aanbod van contracten met een variabele looptijd is licht gestegen ten opzichte van 2008. Het merendeel van de aangeboden contracten bestaat uit contracten met een bepaalde looptijd, met name van één en drie jaar. Het aandeel van consumenten dat een contract voor bepaalde duur heeft wordt steeds groter. De meerderheid van de consumenten heeft echter nog steeds een contract voor onbepaalde tijd. Consumenten hebben weinig kennis over de soorten contracten en de gevolgen van keuze voor een bepaald contract. Ook hebben de meeste consumenten geen goed inzicht in de totstandkoming van de energieprijzen. Het aandeel groene stroom klanten blijft stabiel: iets meer dan de helft van de huishoudens neemt inmiddels groene stroom af.

2. Prijzen

De gas- en elektriciteitsprijzen voor consumenten zijn gedurende het kalenderjaar 2008 sterk gestegen. Deze stijging werd vooral veroorzaakt door de gestegen groothandelsprijzen. De groothandelsprijzen werden opgestuwd door de hoge olieprijs in de eerste helft van 2008. In navolging van de daling van de olieprijs in de tweede helft van 2008 zijn de groothandelsprijzen en de consumentenprijzen in de eerste helft van 2009 sterk gedaald. Het verschil tussen de groothandelsprijzen en de consumentenprijzen is over het gehele jaar 2008 gezien enkele procenten groter geworden. Daarmee is ook de brutomarge van een gemiddelde leverancier licht gestegen. In de eerste helft van 2009 zien we een daling van de consumentenprijzen voor zowel elektriciteit als gas. De spreiding van prijzen tussen de verschillende leveranciers is groter geworden, zodat er voor consumenten meer te besparen is bij een overstap.

3. Concentratie

De lichte daling van de concentratie in de kleinverbruikersmarkt voor elektriciteit en gas, die is ingezet na een korte stijging begin 2007, is in 2008 en de eerste helft van 2009 gecontinueerd. Ondanks deze beweging in de goede richting is er nog steeds sprake van een geconcentreerde

¹ Naast deze Monitor Kleinverbruikersmarkten publiceert de NMa gelijktijdig de Monitor Groothandelsmarkt Elektriciteit en de Monitor Groothandelsmarkt Gas. In "De Nederlandse energiemarkten in 2009" worden de drie Monitors samengevat en gelegd naast het streefbeeld van de onderliggende markten. De NMa benoemt in dat document gerealiseerde verbeteringen en resterende knelpunten alsmede reeds genomen maatregelen en voorstellen voor verdere acties.

markt. Op de elektriciteitsmarkt hadden de drie grootste leveranciers op 1 juli 2009 een gezamenlijk marktaandeel van 80%, op de gasmarkt bedroeg het gezamenlijk marktaandeel 76%. Het aantal moedermaatschappijen is ondanks enkele wijzigingen in het aantal leveringsvergunningen per 1 januari 2009 gelijk aan de situatie per 1 juli 2008. Essent en Nuon hebben een overnamepartner gevonden in respectievelijk het Duitse RWE en het Zweedse Vattenfall. Aangezien RWE al actief is op de Nederlandse markt zal de fusie tussen Essent en RWE de concentratie op de markt verhogen.

4. Toetredingsdrempels

Hoewel er nieuwe toetreders zijn die hun marktaandeel uitbouwen, valt uit de ontwikkeling van het gezamenlijke marktaandeel van de toetreders op te maken dat het niet eenvoudig is voet aan de grond te krijgen in de markt. De grootste toetredingsdrempel voor nieuwkomers op de markt wordt gevormd door de overstapaversie van veel consumenten. Hoewel de overstapbereidheid deze periode is gestegen blijft een grote groep consumenten niet bereid om een overstap naar een andere leveranciers te overwegen. Met name voor gas geldt daarnaast dat door onvolkomenheden in de werking van de groothandelsmarkt het voor leveranciers moeilijk is om hun inkoop te diversifiëren.

5. Dienstverlening

Steeds meer consumenten zijn tevreden over de dienstverlening van hun eigen energieleverancier. Ook de tevredenheid over de afhandeling van klachten neemt toe. Daarbij vormt de tijdigheid van energienota's geen probleem meer. Er zijn nog wel klachten over de kwaliteit van nota's. Deze vloeien vaak voort uit problemen met de voor de afrekening gehanteerde meterstanden. Slimme meters kunnen hierin een significante verbetering brengen. Energieleveranciers kunnen zich onderscheiden op prijs, maar ook op dienstverleningsaspecten. Telefonische bereikbaarheid is zo'n aspect. Uit een benchmark van de NMa blijkt dat de gemiddelde waardering van de consument voor de wachttijden licht is verbeterd t.o.v. vorig jaar.

6. Transparantie

Eerlijke en transparante informatievoorziening aan consumenten is een voorwaarde voor een goede werking van de energiemarkt. Consumenten vinden op dit moment de markt nog niet voldoende transparant. Zij zijn met name op zoek naar betrouwbare en vergelijkbare informatie over prijs en kwaliteit van dienstverlening van de energiebedrijven.

Werving door energiebedrijven zorgt voor dynamiek in de markt. Werving is echter ook een bron van ergernis voor veel consumenten. Het risico bestaat dat (agressieve) werving consumenten afschrikt en uiteindelijk een averechts effect teweegbrengt.

7. Overstappen

Het percentage consumenten dat overstapt blijft stijgen. Niet eerder is het overstapcijfer zo hoog geweest: voor zowel elektriciteit als gas wisselde ruim 9% van de consumenten in 2008 van energieleverancier. En de stijging zet door: in de eerste helft van 2009 bedroeg het overstappercentage ruim 5%. Ook de overstapintentie is gestegen: 29% van de consumenten

overweegt over te stappen naar een andere leverancier. Toch blijft de groep van consumenten die bereid is een overstap te maken beperkt. Verder blijken consumenten die eenmaal een overstap hebben gemaakt eerder geneigd dit nogmaals te doen. Veruit de meeste consumenten besluiten over te stappen op basis van het te behalen prijsvoordeel. Er is echter een aanzienlijk verschil tussen het prijsvoordeel dat de gemiddelde consument denkt te kunnen behalen bij een overstap en het prijsvoordeel waarbij hij bereid is over te stappen. De gepercipieerde kostenbesparing vormt daarmee ook een drempel. Andere belangrijke redenen om niet over te stappen zijn tevredenheid met de eigen leverancier en angst voor 'gedoe'. In internationaal perspectief is Nederland een middenmoter op het vlak van aantallen overstappers. In vergelijking met directe buurlanden kent Nederland een hoog overstappercentage.

8. Marktvertrouwen

Het vertrouwen van consumenten in de energiemarkt laat een tweeledig beeld zien: aan de ene kant kan er gesteld worden dat consumenten zeer tevreden zijn met hun eigen energieleverancier. Zij vertrouwen erop dat hun eigen leverancier de dienstverlening op orde heeft. Aan de andere kant hebben consumenten weinig vertrouwen in het functioneren van de energiemarkt als geheel. Oorzaken hiervan zijn het gebrek aan inzichtelijkheid, de als ongewenst ervaren internationalisering en de onduidelijke en weinig zichtbare rol van de toezichthouder.

Inleiding

Achtergrond

Sinds de liberalisering van de energiemarkt op 1 juli 2004 volgt de Energiekamer van de Nederlandse Mededingingsautoriteit (hierna: NMa) als toezichthouder op de energiesector nauwlettend de ontwikkelingen op de kleinverbruikersmarkten voor elektriciteit en gas. Op grond van artikel 5, lid 2 van de Elektriciteitswet 1998 ziet de NMa er op toe dat deze markten niet-discriminatoir zijn en gekenmerkt worden door daadwerkelijke mededinging en doeltreffende marktwerking.

In een goed werkende energiemarkt presteren aanbieders door concurrentiedruk beter. Dit kan tot verschillende voordelen voor consumenten leiden, zoals scherpere prijzen, een groter productaanbod met meer keuzemogelijkheden en betere dienstverlening. Het functioneren van de energiemarkt wordt echter ook voor een belangrijke deel bepaald door het handelen van consumenten. Naarmate bijvoorbeeld meer consumenten willen overstappen naar een andere leverancier, zullen marktpartijen ook meer deze concurrentiedruk voelen en zodoende geprikkeld worden om scherp te concurreren met andere marktpartijen. Consument plukken daarmee de vruchten van de marktwerking.

Doel van de marktmonitor

Om de ontwikkelingen op consumentenmarkt voor elektriciteit en gas te kunnen volgen, eventuele knelpunten te identificeren en aanbevelingen te kunnen doen ter bevordering van de marktwerking stelt de NMa jaarlijks deze monitorrapportage samen.

Aanpak en indicatoren

In deze monitorrapportage worden de markttuitkomsten en -structuur van de consumentenmarkt in kaart gebracht alsmede het gedrag van actoren op de markt². De verschillende elementen van de marktstructuur vormen tezamen het kader waarbinnen de markt zijn werk kan doen. Behalve de marktstructuur bepaalt ook het gedrag van leverancier en consumenten op de markt wat de markttuitkomsten zullen zijn.

Markttuitkomst

Wat betreft markttuitkomsten is het belangrijk om in kaart te brengen hoe de prijzen en het productaanbod van leveranciers zich ontwikkelen. Deze onderwerpen komen als eerste aan bod in deze monitor (hoofdstuk 1 en 2).

Marktstructuur

De concentratie van energieleveranciers op de markt vormt een indicatie voor de concurrentiedruk. Het is voor de marktwerking wenselijk dat leveranciers zonder onnodige drempels toe- en uit

² Voor deze monitor bestaan twee hoofdsbronnen van informatie. Net als vorig jaar is op basis van een consumentenonderzoek onderzocht hoe de consument denkt over een groot aantal energiegerelateerde zaken. Dit is gecombineerd met analyses van data die de NMa van energieleveranciers krijgt aangereikt. Wanneer sprake is van andere bronnen worden deze vermeld. Verder wordt (voor zover mogelijk) een vergelijking met de resultaten van voorgaande monitorrapportages gemaakt.

kunnen treden. Concentratie en toetredingsdrempels worden in deze monitor na de marktuitkomsten behandeld (hoofdstuk 3 en 4).

Gedrag van marktpartijen

Het gedrag van de actoren op de markt bepaalt mede wat de marktuitkomsten zullen zijn. Hierbij wordt onderscheid gemaakt in het gedrag van leveranciers en dat van consumenten op de energiemarkt. In de hoofdstukken Dienstverlening en Transparantie wordt het gedrag van leveranciers besproken (hoofdstuk 5 en 6). In het hoofdstuk Overstappen (hoofdstuk 7) komt het consumentengedrag aan bod. Hoofdstuk 8 tot slot behandelt het vertrouwen van consumenten in de energiemarkt.

Allereerst wordt een overzicht gegeven van een aantal gebeurtenissen die in van juli 2008 tot november 2009 het nieuws haalden.

Relevante gebeurtenissen juli 2008 – oktober 2009

In bovengenoemde periode hebben zich diverse gebeurtenissen voorgedaan die een effect hebben gehad op de Nederlandse consumentenmarkt voor elektriciteit en gas. Hieronder volgt een overzicht van de belangrijkste gebeurtenissen.³

Juli 2008

Diverse media berichten dat volgens onderzoek de prijzen in het eerste half jaar van 2008 fors gestegen zijn. Volgens een prijsvergelijker zijn de leveringstarieven voor elektriciteit in een half jaar tijd tot 61% gestegen. (Bron: Energieia)

Augustus 2008

Vaste contracten blijken populair bij consument én leverancier. Ook 5-jaar contracten worden steeds meer afgesloten. (Bron: Energieia)

De toegenomen gas- en stroomprijzen voor consumenten zijn grotendeels verantwoordelijk voor de flinke sprong die de Nederlandse inflatie in juli heeft gemaakt. (Bron: CBS)

September 2008

De NMa heeft het nieuwe reguleringskader vastgesteld waarmee de tarieven voor de landelijke netbeheerder elektriciteit, TenneT TSO B.V., worden vastgesteld. Met dit reguleringskader wil de NMa TenneT prikkelen om doelmatiger te werken. (Bron: NMa)

Volgens onderzoek van de NMa functioneren de gasmeters in Nederland naar behoren waar het gaat om meetresultaten. Wel blijkt bij de administratieve volumeherleiding te worden uitgegaan van een te lage gemiddelde temperatuur van het gas op het moment van afname door de consument (7 graden Celsius in plaats van 15 graden Celsius). Daardoor wordt gemiddeld 3,25 procent volume te veel in rekening gebracht. Uit het onderzoek blijkt echter ook dat deze meetwinst expliciet wordt meegenomen bij de bepaling van de jaarlijkse bruto winstmarge en dus niet leidt tot hogere winsten bij de energiebedrijven. Volgens de NMa bestaat er dan ook geen aanleiding om in te grijpen in de tarieven. Wel zullen de regels voor volumeherleiding worden aangepast. (Bron: Ministerie van Economische Zaken)

Oktober 2008

De NMa beboet drie regionale netbeheerders, Rendo Netwerken, Enexis en Liander, voor ruim EUR 1,5 miljoen. De netbeheerders hebben ruim 4750 consumenten en ondernemers niet tijdig gecompenseerd voor stroomuitval die langer dan vier uur heeft geduurd. (bron: NMa)

Uit onderzoek van de NMa blijkt dat consumenten de manier waarop negen van de tien grote energiebedrijven klachten afhandelen nog steeds met een onvoldoende waarden. Er is wel een stijgende lijn waar te nemen. Eén bedrijf, Essent, haalt dit jaar voor het eerst een 6 op een schaal

³ Dit overzicht is gebaseerd op mediaberichten en de nieuws- en persberichten zoals door de NMa gepubliceerd.

van 10. In drie jaar tijd nam de gemiddelde score toe van 4,3 naar 4,7 om dit jaar voorlopig te eindigen op 5,2. (bron: NMa)

De prijzen voor gas en elektriciteit in Nederland kunnen omlaag wanneer de buitenlandverbindingen efficiënter worden benut. Hierdoor kunnen Nederlandse bedrijven en consumenten profiteren van goedkopere stroom en gas uit omliggende landen. Het voordeel kan oplopen tot zo'n EUR 30 miljoen op jaarbasis. Dit blijkt uit de monitor van de groothandelsmarkt van elektriciteit en gas die de NMa jaarlijks publiceert. (bron: NMa)

De NMa is in januari op verzoek van het ministerie van Economische Zaken een onderzoek naar renteheffing over de totstandkoming van voorschotnota's en de noodzaak van een rentevergoeding gestart. Uit dit onderzoek blijkt dat er geen aanleiding is om in te grijpen in de totstandkoming van voorschotnota's. (bron: EZ)

November 2008

De Consumentenbond roept de Eerste Kamer op de wet die de slimme meter mogelijk maakt te verwerpen. Onderzoek van de Universiteit van Tilburg in opdracht van de bond zou uitwijzen dat de slimme meter, in elk geval op de manier waarop nu is afgesproken deze te introduceren, in strijd is met het Europees Verdrag van de Rechten van de Mens. (bron: Energieia)

December 2008

De NMa heeft de maximum transport- en aansluittarieven 2009 elektriciteit en de maximum transporttarieven 2009 gas voor regionale netbeheerders bekendgemaakt. De vaststelling van deze tarieven is een wettelijke taak van de NMa. Per saldo dalen in 2009 de totale inkomsten van alle netbeheerders gezamenlijk met 4,4% (Elektriciteit) respectievelijk 3,8% (Gas). (bron: NMa)

De NMa heeft het meettarief 2009 voor elektriciteit definitief vastgesteld. Het nieuwe tarief is gelijk aan het voorstel waar netbeheerders en representatieve organisaties vóór 2 december op konden reageren. Het tarief bedraagt 25,25 euro exclusief BTW. Dit is de tweede keer dat de NMa meettarieven vaststelt. De NMa heeft deze taak gekregen nadat de meettarieven tussen 2001 en 2006 met zo'n 83 procent gestegen bleken te zijn. (bron: NMa)

Januari 2009

De consumentenmarkt voor energie werkt soepeler. De energiebedrijven zijn beter gaan presteren en het vertrouwen van consumenten in het eigen energiebedrijf neemt verder toe. Ook stappen meer consumenten over naar een andere leverancier, mede omdat er tegenwoordig iets te kiezen valt. Het voordeel kan oplopen tot meer dan 200 euro. Dit blijkt uit de Monitor Nederlandse kleinverbruikersmarkt voor elektriciteit en gas juli 2007 – juni 2008 die de NMa heeft gepubliceerd. (bron: NMa)

De meeste tarieven voor de eerste helft van 2009 zijn bekend gemaakt. De procentuele verhogingen blijken fors te zijn. Het is echter ook duidelijk dat de tarieven per juli van 2009 weer zullen gaan dalen. Consumentenorganisaties zoals de Consumentenbond waarschuwen om die reden voor vaste contracten. (bron: Energieia)

In de Tweede Kamer worden vragen gesteld over het afsluitbeleid van energiebedrijven. In reactie hierop zegt de Minister van Economische Zaken dat er geen absoluut afsluitverbod geldt, maar dat bedrijven tijdens vorstperiodes terughoudend moeten zijn met het afsluiten van kleinverbruikers (bron: EZ)

Februari 2009

De NMa kondigt aan dit jaar een onderzoek naar de kwaliteit van prijsvergelijkingsites te gaan doen. De websites worden door de NMa gezien als een belangrijke factor in het overstapgedrag van consumenten. (bron: Volkskrant)

Maart 2009

Het rapport Tariefregulering energienetbeheer van de Algemene Rekenkamer ondersteunt de door de NMa ingeslagen weg bij de tariefregulering voor de energienetten. De Rekenkamer constateert dat de 1,9 miljard euro aan besparingen over de periode 2001-2007 door de tariefregulering van de regionale energienetten correct is berekend door NMa. Dit heeft het gemiddelde huishouden circa 45 euro per jaar aan besparingen opgeleverd op een totale rekening voor het transport van energie van circa 470 euro per jaar (bron: NMa)

April 2009

Het wetsvoorstel, waarin onder andere de verplichte grootschalige uitrol van de slimme meter is geregeld, is door de Eerste Kamer aangehouden. De Minister van Economische Zaken zal met een novelle komen die een aanpassing van het wetsvoorstel inhoudt op het gebied van het verplichte karakter van de uitrol van slimme meters. Als gevolg van deze ontwikkeling zullen overige zaken die het wetsvoorstel regelt, zoals de invoering van het verplichte leveranciersmodel, vertraging oplopen (bron: Energieia)

Uit het overzicht van 2008 blijkt dat er weer meer signalen over energie zijn binnengekomen bij ConsuWijzer. Met name het aantal signalen over klantenwerving is ten opzichte van 2007 toegenomen. In de top vijf van alle signalen over alle producten en diensten in 2008 die bij ConsuWijzer binnenkomen nemen de onderwerpen klantenwerving en de energierekening respectievelijk plaats twee en vier in (bron: ConsuWijzer)

Mei 2009

Ondanks het wegvallen van de wettelijke verplichting heeft de energiesector vertrouwen in de toekomst voor de slimme meter. Het grootste verschil zou volgens de sector zijn dat de slimme meter niet meer moet worden verkocht aan de politiek, maar aan de klant. (bron: Energieia)

Juni 2009

Onderzoek geeft aan dat websites van energieleveranciers, die uitblinken op het gebied van transparantie en eerlijkheid, consumenten het meeste aanspreken. Degelijke websites hebben een open karakter en zijn ook nog eens het beste vindbaar door de consument. (bron: Energieia)

Juli 2009

Het aantal overstappers in Nederland vertoont een stevige opgaande lijn. Gedurende de eerste helft van 2009 heeft al 59% van het totaal aantal leverancierwisselingen van vorig jaar plaatsgevonden. Als die trend de tweede helft van dit jaar doorzet, zou het aantal overstappen dit

jaar voor het eerst boven de 2 mln kunnen uitkomen. Het percentage overstappers zou zo tot boven de 12% uit kunnen komen. Dat blijkt uit cijfers van Energie Data Services Nederland (EDSN). (bron: Energieia)

Oxxio staat officieel in de etalage. Moederbedrijf Centrica kondigde bij de presentatie van de halfjaarcijfers aan het energiebedrijf in de verkoop te doen. (bron: Energieia)

Augustus 2009

De Consumentenbond heeft in een maand tijd bijna 500 klachten binnen gekregen over klantenwerving door energiebedrijven. Twee weken voor de sluitingsdatum staat de teller bij de Consumentenbond op exact 499 mensen die een klacht kwijt wilden via het in juli geopende energie-klachtenmeldpunt. (bron Energieia)

September 2009

De subsidie voor zonneboilers en warmtepompen kan in zijn eerste bestaansjaar op veel interesse rekenen, zegt Senternovem. Ondertussen heeft minister Maria van der Hoeven (Economische Zaken, CDA) het subsidiebedrag voor grote zonneboilersystemen naar beneden moeten bijstellen, omdat slimme particulieren er te veel van profiteerden. (bron: Energieia)

Toezicht van de Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa) op de redelijkheid van de energietarieven die Nederlandse energiebedrijven in rekening brengen aan hun klanten levert op jaarbasis EUR 250 miljoen op. Deze conclusie trekt de NMa op basis van onderzoek van The Brattle Group. (bron: NMa)

Oktober 2009

Vanaf 1 januari 2010 treedt de aanscherping van de Richtsnoeren Informatieverstrekking van de NMA in werking. De Richtsnoeren Informatieverstrekking stellen nadere regels aan de informatie die verstrekt moet worden bij telefonische werving, informatieverstrekking via internet of colportage. In de Richtsnoeren is onder meer bepaald wat moet worden verstaan onder 'transparante informatie over tarieven' en onder 'transparante informatie over voorwaarden'. Daarbij is aangegeven waaruit de tariefinformatie tenminste moet bestaan en wat essentiële voorwaarden zijn, zoals de looptijd van een contract en de voorwaarden voor beëindiging van een contract. Zo zal bijvoorbeeld het weglaten van bepaalde componenten bij de tariefopbouw als misleidende informatie worden beschouwd door de NMA. (bron: Energieia)

1 Productaanbod

Samenvatting

De variatie in aanbod van energieproducten blijft onveranderd hoog. Het aanbod van contracten met een variabele looptijd is licht gestegen ten opzichte van 2008. Het merendeel van de aangeboden contracten bestaat uit contracten met een bepaalde looptijd, met name van één en drie jaar. Het aandeel van consumenten dat een contract voor bepaalde duur heeft wordt steeds groter. De meerderheid van de consumenten heeft echter nog steeds een contract voor onbepaalde tijd. Consumenten hebben weinig kennis over de soorten contracten en de gevolgen van keuze voor een bepaald contract. Ook hebben de meeste consumenten geen goed inzicht in de totstandkoming van de energieprijzen. Het aandeel groene stroom klanten blijft stabiel: iets meer dan de helft van de huishoudens neemt inmiddels groene stroom af.

1.1 Inleiding

Een aantrekkelijke markt is een markt waarin wat te kiezen valt. Dit hoofdstuk geeft een beschrijving van die keuzemogelijkheden. Daarbij staat een aantal vragen centraal: welke producten⁴ worden aangeboden op de consumentenmarkt (1.2), wat is de vraag naar deze verschillende producten (1.3), welke ontwikkelingen zien we in het aanbod van de verschillende producten (1.4) en hoe is het gesteld met de markt voor groene stroom (1.5).

1.2 Productvariatie

Consument hebben in 2009 een ruime keuze uit producten: in totaal zijn er voor elektriciteit 167 producten in de markt en 81 producten voor gas. Dit is een stijging ten opzichte van het vorig jaar (166 elektriciteit en 64 gas), die met name op het conto staat van gas.

De variatie in producten wordt met name bepaald door twee factoren: looptijd (bepaald of onbepaald) en prijs (vast en variabel). Voor elektriciteit kan de consument daarnaast kiezen uit grijze en groene stroom. Een aantal leveranciers onderscheidt zich ook door het aanbieden van 'groen' gas. Een andere wijze om een product aantrekkelijk te maken is het aanbieden van forse kortingen op contracten via bijvoorbeeld prijsvergelijkers of het bieden van gratis stroom.

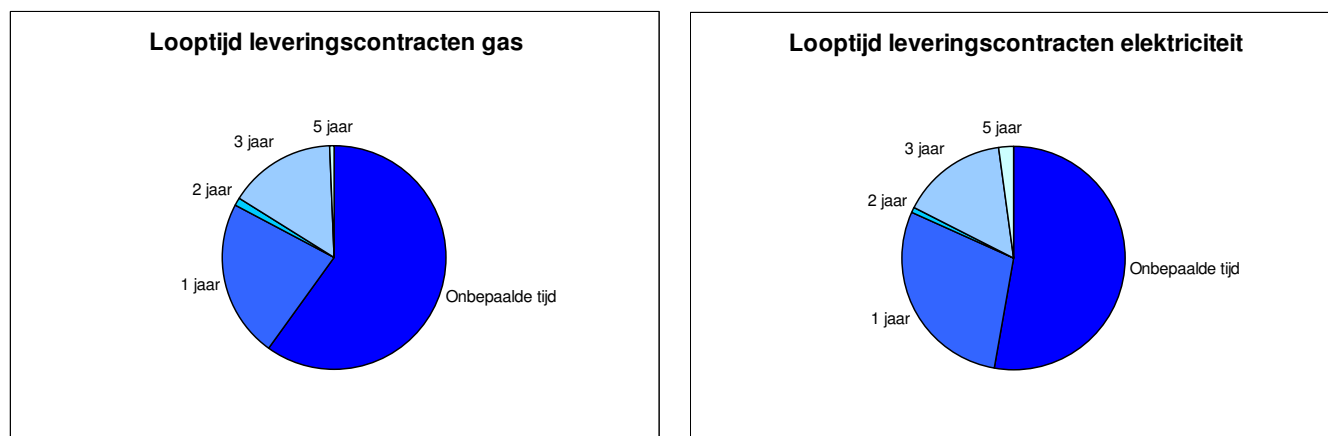
De slimme meter als onderscheidende factor speelt ook een rol. De uitrol van de slimme meter zal nieuwe mogelijkheden bieden aan leveranciers om zich te profileren op de markt met aanvullende diensten.

⁴ In dit kader worden producten gezien als alle overeenkomsten die de levering van elektriciteit en gas aangaan. Overige diensten, bijvoorbeeld de huur CV-ketels, horen daar niet bij.

1.3 Vraag naar Producten

De consument kiest meer vaste contracten

Onderstaande figuur geeft de verdeling weer van het soort contract consumenten op 1 januari 2009 hebben afgesloten.



Figuur 1. Verdeling contracten op basis van looptijd voor elektriciteit en gas

Uit de figuur blijkt dat het merendeel van de consumenten nog steeds een onbepaalde termijn contract heeft. Deze groep consumenten bestaat voor het overgrote gedeelte uit consumenten die nog nooit een overstap naar een andere leverancier heeft gemaakt⁵. Het aandeel van onbepaalde tijdcontracten loopt wel gestaag terug. Dit gaat dan vooral ten gunste van contracten voor één en drie jaar.

Contractkeuze niet gebaseerd op rationele overwegingen

Uit het consumentenonderzoek blijkt dat een groot gedeelte van de consumenten weinig kennis heeft over het soort contract en de gevolgen van zijn keuze voor een specifiek contract. Wanneer consumenten aan de hand van stellingen gevraagd wordt naar de verschillen tussen een contract met een variabel tarief en een vast tarief blijken zij dit niet te kunnen aangeven. De meeste consumenten hebben dus geen goed inzicht in producteigenschappen van de verschillende producten.

Ook wordt de keuze voor het aangaan van een contract voor bepaalde tijd in de meeste gevallen alleen gebaseerd op informatie die wordt aangeleverd door de betreffende energieleverancier. In een kwart van deze gevallen zeggen consumenten te weinig informatie te hebben gekregen om een goede afweging te kunnen maken.

Dientengevolge is het de vraag in hoeverre de verdeling zoals aangegeven in figuur 1 het gevolg is van een daadwerkelijk rationeel afgewogen keuze van consumenten, of het gevolg is van een intuïtieve beslissing bijvoorbeeld tijdens een wervingsactie van een leverancier.

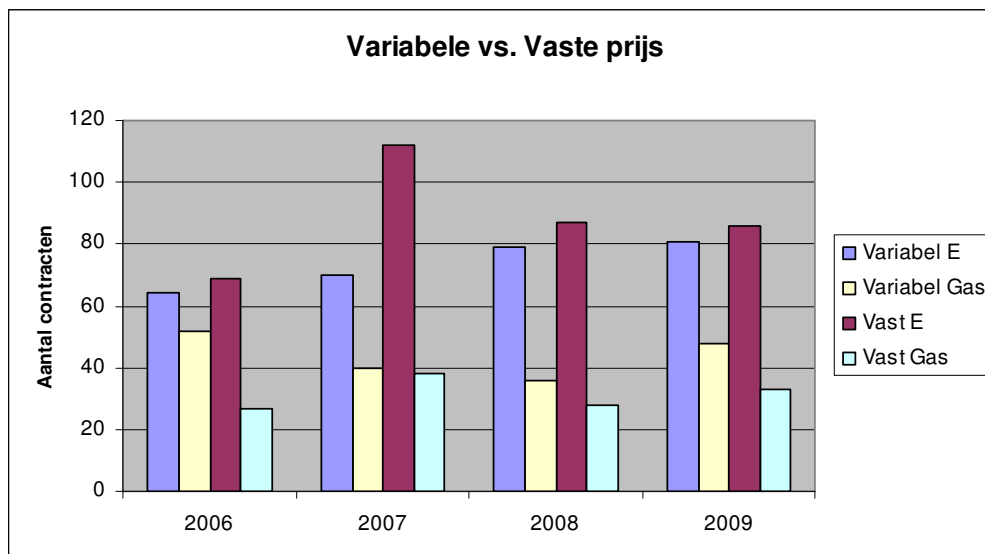
⁵ Bij een overstap naar een andere leverancier kan ook gekozen worden voor een contract met een onbepaalde termijn, maar het merendeel van de overstappers kiest voor contract met bepaalde termijn.

1.4 Aanbod van producten

Prijs: meer aanbod van contracten met een variabele prijs voor gas

Waar het totale aanbod van elektriciteitscontracten met een variabele en vaste prijs nagenoeg gelijk blijft, neemt het aanbod van contracten met een variabele looptijd voor gas toe.⁶

Figuur 2 laat zien dat er tussen 2008 en 2009 weinig verschil is tussen het aanbod van contracten voor elektriciteit. Op dit moment zijn er 81 contracten met een variabel tarief tegenover 86 met een vast tarief. Variabele prijscontracten voor gas nemen zoals gezegd toe, er staan op dit moment 48 producten met een variabel tarief in de markt en 36 met een vast tarief.



Figuur 2 Verdeling van contracten op basis van prijszetting

Sinds 2007 is het totale aanbod van producten met een vaste prijs sterk gedaald. Dit komt vooral door de afname van stroomproducten met een bepaalde looptijd. Het overgrote gedeelte van de producten met een vaste prijs is namelijk gekoppeld aan een contract met een bepaalde looptijd.

Voor gas is deze tendens iets minder sterk aanwezig, in 2009 is er zelfs een lichte stijging in het aantal vaste prijs gasproducten (van 28 naar 33). Ook is er een grote stijging van het aantal variabele prijs producten groot.

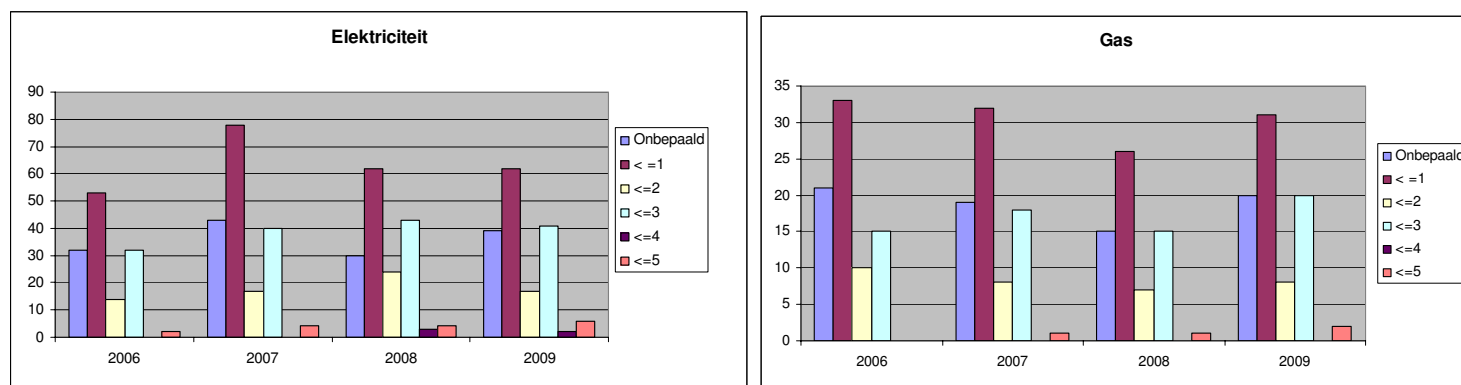
Looptijd: leveranciers bieden vooral één en driejarige contracten aan

Met een bepaalde looptijd van een contract kiezen consumenten voor zekerheid. De voorwaarden en de prijs waaronder het contract gesloten is, worden voor één of meerdere jaren vastgelegd. Behalve voor de consument geldt deze zekerheid ook voor de leverancier, hij weet immers een consument voor een bepaalde periode aan zich te binden. De consument kan ervoor kiezen om voor het einde van de looptijd het contract te ontbinden, maar zal bij de meeste leveranciers dan een opzegvergoeding moeten betalen.

⁶ De weergegeven aantallen zijn het aantal aan de Energiekamer gemelde producttypen, die als gevolg van de verplichting volgens artikel 95b, lid 2 van de Elektriciteitswet 1998 samen met de tarieven aan de NMa gemeld worden.

Figuur 3 laat zien wat het aandeel van contracten met een bepaalde en onbepaalde looptijd in het aanbod van de leveranciers. Voor elektriciteit zijn onbepaalde tijd contracten sinds 2006 in de minderheid. Bijna een kwart van alle aangeboden contractsvormen voor elektriciteit is een onbepaald termijncontract. Voor gas is een derde van alle contractsvormen een contract voor onbepaalde termijn.

Bij de bepaalde tijd contracten is het aanbod van contracten met een looptijd van één jaar in de meerderheid, gevolgd door contracten met een looptijd van drie jaar. De contracten met een looptijd van maximaal vijf jaar zijn ook dit jaar weer in aandeel gestegen, maar spelen vooralsnog geen grote rol van betekenis.



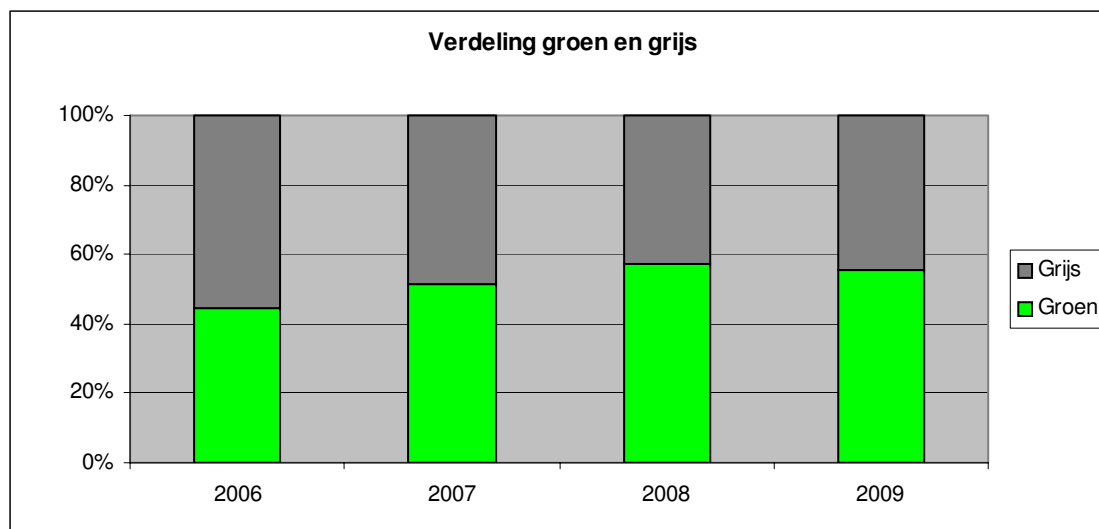
Figuur 3. Verdeling van het aantal contracten met een bepaalde en onbepaalde looptijd

In de “Marktmonitor, ontwikkeling van de kleinverbruikersmarkt voor elektriciteit en gas (juli 2007 – juli 2008)” is al benoemd dat de producten met een variabel tarief en een bepaalde looptijd specifiek aandacht behoeven. In 2008 heeft de NMa hiernaar onderzoek gedaan. Dit vanwege het inherente risico dat de consument met dit product loopt omdat de leverancier het tarief kan verhogen zonder dat de consument direct kan overstappen⁷. In het onderzoek is bekeken in hoeverre er sprake was van onredelijk hoge tarieven of extra tussentijdse prijsverhogingen op contracten met vaste looptijd en een variabel tarief. Er is geen aanwijzing dat leveranciers consumenten met een dergelijk contract discrimineerden in de onderzochte periode. De NMa blijft de ontwikkelingen rondom deze contractsvormen nauwgezet volgen. Daarnaast controleert de NMa alle leveringstarieven, dus ook de producten met een vaste looptijd en een variabele prijs, op redelijkheid.

1.5 Grijs en groene stroom

Het aanbod van groene stroomproducten blijft in 2009 ongeveer gelijk ten opzichte van 2008 (93 producten t.o.v. 95 producten). Relatief gezien is de afname marginaal, nog steeds bestaat ruim de helft (55%) van de elektriciteitsproducten uit groene stroom contracten (zie figuur 4).

⁷ Consument kunnen, ongeacht de contractsvorm, altijd besluiten over te stappen. Bij een contract met een bepaalde looptijd zullen zij in de meeste gevallen wel een opzegvergoeding moeten betalen. Dit is een vergoeding voor o.a. reeds aangegane inkoopverplichtingen en administratieve kosten. De hoogte van de opzegvergoeding wordt gemaximeerd door de NMa.



Figuur 4. Ontwikkeling van het aandeel groene stroom producten

Groene stroom: mogelijkheden voor een verdere groei?

In 2008 gebruikte 39% van de huishoudens groene stroom. Onderzoek geeft aan dat daarnaast 44% van de grijze stroom gebruikers overweegt om over te stappen naar groene stroom. Hierbij kan prijs nog eens een katalyserende factor zijn: hoe lager de prijs hoe zekerder de overweging wordt om over te stappen op groene stroom. Als de jaarlijkse kosten voor groene stroom €50 lager zou zijn dan wat men nu betaalt voor grijze stroom dan zal 34% van de huidige grijze stroom verbruikers overstappen.⁸

Daarnaast is er een groep consumenten die zegt bereid te zijn meer te betalen voor groene stroom. Bijna een derde van de consumenten geeft aan tot €10,- per maand extra te willen uitgeven voor groene stroom.

'Grijs, grijzer, grijs'

Het aanbod van verschillende grijze stroom producten is een interessante ontwikkeling. Waar voorheen in de verkoopstrategie geen belang werd gehecht aan het onderscheid tussen de verschillende bronnen voor grijze stroom wordt dat nu wel gedaan. Er moet dan gedacht worden aan het aanbieden van stroomproducten die opgewekt zijn met 100% kernenergie of stroomproducten die als opwekkingsbron voornamelijk aardgas kennen. De leidende factor hierin lijkt het CO₂ vraagstuk te zijn; hoe meer CO₂-uitstoot de opwekking van elektriciteit oplevert, des te 'grijzer' wordt de elektriciteit gezien. Wat dit betreft wordt aan grijze stroom dus ook een 'groen' belang gehecht.

Groen gas

Als een leverancier groen gas aanbiedt, zorgt hij er in de meeste gevallen voor dat de CO₂-uitstoot als gevolg van het verbruik van aardgas wordt gecompenseerd, bijvoorbeeld door aanplant van bomen. Een belangrijk verschil met groene stroom is dat er geen wettelijk systeem van certificaten bestaat voor groen gas dat gecontroleerd wordt door een toezichthouder. Wel is de markt in juli

⁸ Milieucentraal, Digipanel over duurzame energie, februari 2009

2009 zelf begonnen met het uitgeven van groen gascertificaten. Dit wordt gedaan door Vertogas, een dochteronderneming van de Gasunie.⁹

Groene stroom is echt

De echtheid van groene stroom stond in het najaar van 2008 ter discussie.¹⁰ Dit heeft enerzijds te maken met het feit dat consumenten aan hun stroom niet kunnen zien dat deze groen is, en anderzijds met het complexe systeem van Garanties van Oorsprong (GvO's) dat ten grondslag ligt aan het stroometiket. Hierdoor ontstaat er bij consumenten onduidelijkheid over de betrouwbaarheid van hun stroometiket. De beheerder van het GvO-systeem, Certiq, heeft onlangs in zijn jaarverslag uitgebreid aandacht besteed aan de echtheid van groene stroom.¹¹ Volgens Certiq kan gezegd worden dat groene stroom echt groen is.

Stroometiketten zijn betrouwbaar

Iedere energieleverancier is op grond van de Elektriciteitswet verplicht om jaarlijks aan zijn afnemers inzicht te geven in de opwekkingsgegevens van de geleverde elektriciteit. Dit gebeurt door middel van een stroometiket. Ook moet een leverancier zijn afnemers éénmaal per jaar een keuze bieden uit de energiebronnen (groen/ grijs) die hij het daarop volgende jaar gaat gebruiken. De Regeling Stroometikettering geeft consumenten de mogelijkheid om bij de keuze van hun energieleverancier de milieukwaliteit mee te laten wegen en een bewuste keuze te maken voor groene of grijze stroom.

De NMa controleert jaarlijks of deze verplichtingen worden nageleefd. In 2009 bleek uit het toezicht op de regeling Stroometikettering dat consumenten kunnen vertrouwen op de informatie die door energiebedrijven op het stroometiket wordt verstrekt. Ook hebben vergunninghouders over het geheel gezien op een goede manier invulling gegeven aan de verplichting om consumenten eenmaal per jaar een keuzeaanbod voor te leggen.

⁹ Zie verder: <http://www.gasunie.nl/nl/gu/nieuws/groen-gasmarkt-van-start-met-gasunie-certificeringsdochter-vertogas>

¹⁰ *Groene stroom is oplichting*, Telegraaf, 23 september 2008

¹¹ *Echt*, Jaarverslag 2008, Certiq

2 Prijzen

Samenvatting

De gas- en elektriciteitsprijzen voor consumenten zijn gedurende het kalenderjaar 2008 sterk gestegen. Deze stijging werd vooral veroorzaakt door de stijgende groothandelsprijzen. De groothandelsprijzen werden opgestuwd door de hoge olieprijs in de eerste helft van 2008. In navolging van de daling van de olieprijs in de tweede helft van 2008 zijn de groothandelsprijzen en de consumentenprijzen in de eerste helft van 2009 sterk gedaald. Het verschil tussen de groothandelsprijzen en de consumentenprijzen is over het gehele jaar 2008 gezien enkele procenten groter geworden. Daarmee is ook de brutomarge van een gemiddelde leverancier licht gestegen. In de eerste helft van 2009 zien we een daling van de consumentenprijzen voor zowel elektriciteit als gas. De spreiding van prijzen tussen de verschillende leveranciers is groter geworden, zodat er voor consumenten meer te besparen is bij een overstap.

2.1 Inleiding

Het prijsniveau is een belangrijke indicator in een geliberaliseerde markt. In een goed werkende markt mag immers verwacht worden dat de energieprijzen die door consumenten betaald worden ook de daadwerkelijke kosten van energie reflecteert. Wanneer dit het geval is, zijn de marges die de energiebedrijven realiseren niet hoger dan de gangbare marge in een goed werkende markt. In een dergelijke situatie zullen kostenverlagingen en –verhogingen aan de kant van de energiebedrijven evenredig worden doorgegeven aan consumenten via de consumentenprijzen.

In dit hoofdstuk wordt in 2.2 allereerst de prijsontwikkeling geschetst, inclusief een toelichting op de relatie tussen de olieprijs en de gasprijs en de verschillende soorten contracten die worden aangeboden. In 2.3 wordt het besparingspotentieel beschreven, 2.4 geeft de opbouw van de energierekening weer en 2.5 gaat over de energierekening van 2001 tot nu. 2.6 behandelt de wijze waarop consumenten de energieprijzen beoordelen en 2.7 tot slot gaat over hoe de NMa de leveringsprijzen beoordeelt.

2.2 Prijsontwikkeling

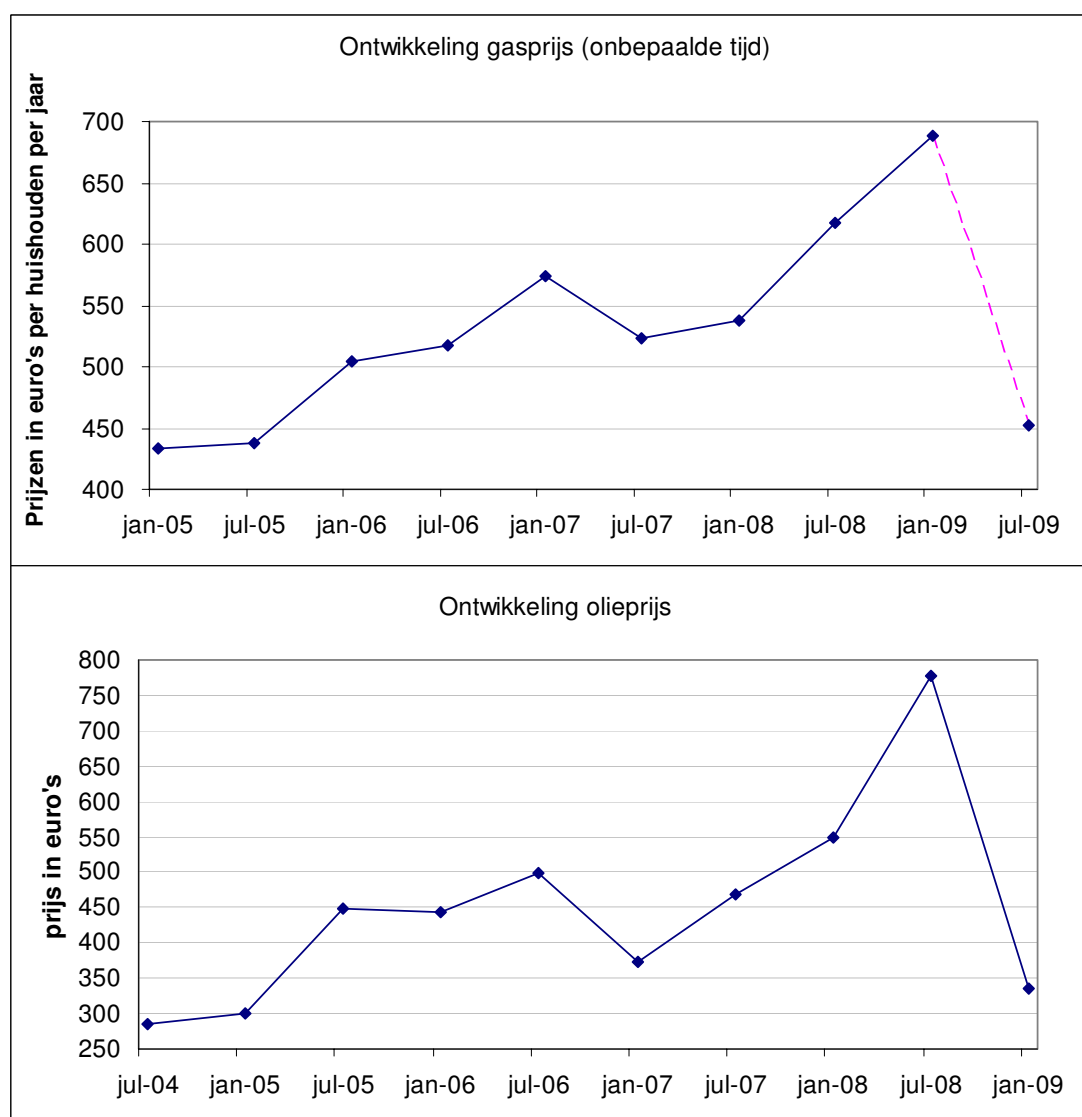
Alvorens in te gaan op de ontwikkeling van de gas- en elektriciteitsprijzen wordt de relatie tussen de olie- en de gasprijs toegelicht alsmede de verschillen tussen contracten met een vaste prijs en contracten met een variabele prijs.

Relatie Gasprijs en Olieprijs

De olieprijs en de groothandelsprijs voor gas zijn sterk aan elkaar gerelateerd. De doorvertaling van de olieprijs naar de groothandelsprijs vindt met ongeveer een half jaar vertraging plaats. Concreet betekent dit dat een daling in de olieprijs pas een half jaar later gevolgd zal worden door een daling van de groothandelsprijs van gas. Deze vertraging vloeit voort uit de inkoopcontracten die de leveranciers met hun gasleveranciers hebben afgesloten. Over het algemeen wijzigen de consumentenprijzen van gas voor onbepaalde tijd contracten twee keer per jaar (in januari en in juli). Om deze reden is de sterke daling van de olieprijs sinds september 2008 nog niet terug te

zien in de consumentenprijs voor de onbepaalde tijd contracten per 1 januari 2009. De onderstaande grafieken geven deze vertraging weer. De horizontale as van de grafiek die de gasprijs weergeeft is een half jaar verschoven ten opzichte van de horizontale as van de grafiek die de olieprijs weergeeft. Op deze manier is uit de grafieken af te leiden dat de ontwikkeling van de gasprijs ongeveer gelijk is aan de ontwikkeling van de olieprijs maar de eerder beschreven halfjaarlijkse vertraging kent.

Omdat een deel van de elektriciteit wordt opgewekt door de verbranding van gas volgen de elektriciteitsprijzen over het algemeen een vergelijkbaar patroon als de gasprijzen. De relatie tussen de olieprijs en de consumentenprijzen wordt echter gedempt door de prijsontwikkeling van alternatieve grondstoffen voor de opwekking van elektriciteit, zoals steenkool en nucleaire opwekking.



Figuur 5. Ontwikkeling van de olieprijs en de consumentenprijs gas

Zoals een aantal leveranciers in het voorjaar van 2009 al hebben aangegeven is de daling van de olieprijs in de tweede helft van 2008 wel in de consumentenprijzen per 1 juli 2009 terug te zien. Als gevolg van deze ontwikkeling is er tussen januari 2009 en 1 juli 2009 een bijzondere situatie

opgetreden. In deze periode waren de vaste prijs contracten gemiddeld iets goedkoper dan de variabele prijs contracten.

Vaste en variabele prijscontracten

In een stabiele markt zullen de vaste prijscontracten gemiddeld duurder zijn dan de variabele prijs contracten (veelal de onbepaalde tijd contracten). De consument betaalt namelijk een premie voor de zekerheid die geboden wordt bij een vaste prijs over een bepaalde periode. De contracten met een vaste prijs, die veelal maandelijks opnieuw worden aangeboden, weerspiegelen doorgaans echter sneller de ontwikkeling van de grondstofprijzen, door de manier waarop de leveranciers inkopen voor deze contractvormen. Door de snellere doorberekening van de grondstofprijzen in de groothandels- en consumentenprijzen van deze maandelijks aangeboden producten waren veel vaste prijs producten, zelfs inclusief de premie die consumenten betalen voor de zekerheid van een vaste prijs, goedkoper dan de op dat moment geldende variabele prijs. Om deze reden zijn veel consumenten ingestapt op deze contracten in de eerste helft van 2009. Op het moment dat enkele leveranciers aankondigden dat de consumentenprijzen voor gas per 1 juli 2009 sterk zouden gaan dalen kregen veel consumenten het idee dat ze een verkeerde keuze hadden gemaakt door begin 2009 voor een vaste prijs contract te kiezen, waarin deze daling nog niet verwerkt zat.

Belangrijk issue is dat veel consumenten niet weten wat precies het verschil is tussen een contract met een vaste prijs en een contract met een variabele prijs. Uit het consumentenonderzoek van de NMa blijkt dat 19% van de ondervraagde consumenten die op dat moment een vast prijs contract hadden niet weet hoe het zit met de verschillen in prijs tussen vaste en variabele prijs contracten. 33% van dezelfde groep consumenten denk ten onrechte dat vaste prijs contracten net iets goedkoper zijn dan variabele contracten omdat je langere tijd bij dezelfde leverancier blijft.

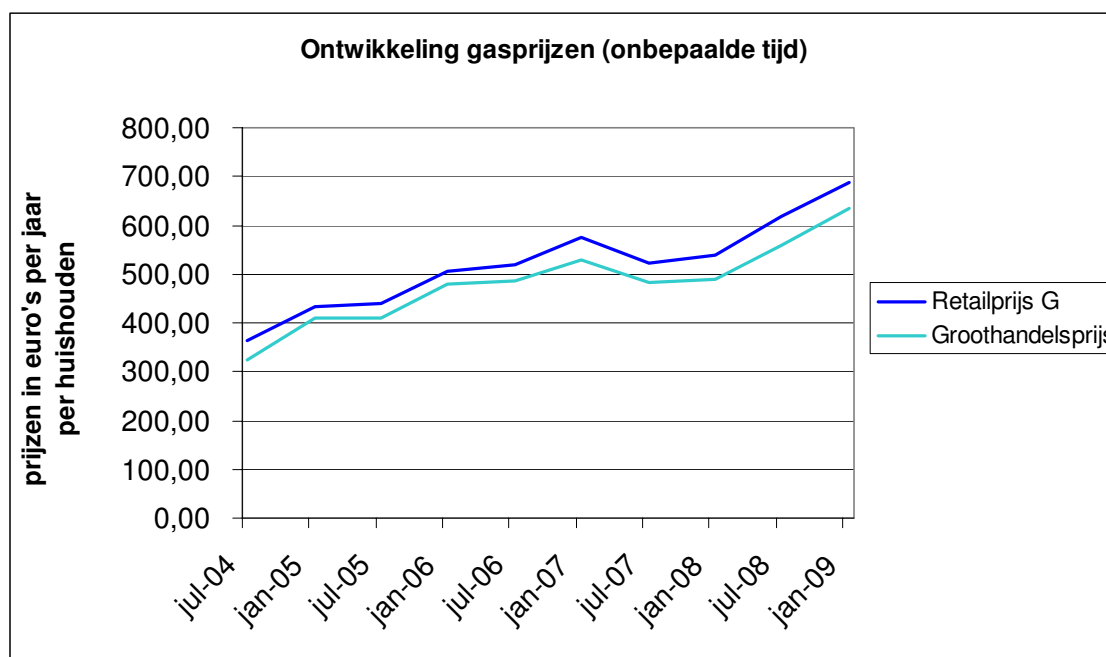
Met het afsluiten van een contract voor een bepaalde looptijd met een vaste prijs kiest de consument voor de zekerheid van een vaste prijs voor een bepaalde periode. Vanaf de ingangsdatum tot aan het einde van de looptijd zal de betreffende consument niet met prijsstijgingen en ook niet met prijsdalingen worden geconfronteerd. Naast de keuze voor een vaste prijs contract is er ook de keuze voor een contract voor onbepaalde tijd met een variabele prijs. Dit type contract beweegt mee met de ontwikkelingen op de groothandelsmarkt. Voor gas wordt de prijs van een dergelijk contract veelal twee keer per jaar gewijzigd (in januari en juli). Er kan daarom pas achteraf beoordeeld worden of het verstandig geweest is om op een bepaald moment een vaste prijs contract (op basis van de op dat moment geldende prijs) af te sluiten of dat een variabel contract voordeliger geweest zou zijn. Daarnaast hangt de keuze voor een bepaald contract ook samen met de mate van risicoaversie en de voorkeuren van de betreffende consument. Het vastzetten van de energieprijzen zorgt voor meer zekerheid over de energierekening maar men loopt wel het risico niet te profiteren van prijsdalingen.

Gasrijzen

De olieprijs steeg in de eerste helft van 2008 sterk, maar vanaf augustus 2008 trad een sterke daling op die doorzette tot het eind van 2008. Door de vertraagde relatie tussen olieprijs en groothandelsprijzen is van deze sterke daling in de tweede helft van 2008 nog niets terug te zien in de groothandelsprijzen en de consumentenprijzen per 1 januari 2009. Deze prijzen zijn immers gebaseerd op de hoge olieprijs gedurende de zomer van 2008.

Zoals in het voorjaar van 2009 reeds was aangegeven door verschillende leveranciers zijn de consumentenprijzen van gas per 1 juli 2009 gedaald, in navolging van de daling in de olieprijs gedurende de tweede helft van 2008. De gemiddelde marge van de leveranciers is over het jaar 2008 gezien licht gestegen.

Als gevolg van de olieprijsontwikkeling en de daarmee samenhangende groothandelsprijzen zijn de consumentenprijzen over het gehele jaar 2008 continu gestegen. Op 1 januari 2009 betaalde een gemiddeld huishouden met een contract voor onbepaalde tijd gemiddeld 688 euro op jaarbasis voor de levering van gas, een stijging van bijna 28% ten opzichte van het voorgaande jaar. In de eerste helft van 2009 vond een sterke daling van de consumentenprijzen plaats. De consumentenprijzen voor gas zijn per 1 juli 2009 wel weer gedaald ten opzichte van 1 januari 2009. Deze daling is nog niet verwerkt in onderstaande figuur.



Figuur 6. Ontwikkeling van de gasprijs

Elektriciteitsprijzen

De ontwikkeling van de elektriciteitsprijzen is in grote lijnen gelijk aan die van de gasprijzen. De reden hiervoor is dat een groot deel van de aan Nederlandse huishoudens geleverde elektriciteit wordt opgewekt in centrales die aardgas als brandstof gebruiken. Ook op de elektriciteitsmarkt zijn de consumentenprijzen in 2008 gestegen. De gemiddelde marge voor een leverancier is ook met betrekking tot elektriciteit over het kalenderjaar 2008 licht gestegen.

KADER I

Groothandelsmarkt

Zoals blijkt uit bovenstaande analyses is de consumentenprijs voor een groot deel gebaseerd op de groothandelsprijs. Ontwikkelingen op de groothandelsmarkt zijn daarom van invloed op de prijs die consumenten uiteindelijk betalen voor hun energie. Naast een goed werkende consumentenmarkt is ook een goed werkende groothandelsmarkt van belang.

Hoewel er de laatste jaren positieve ontwikkelingen te zien zijn in de ontwikkeling van de groothandelsmarkt zijn er ook nog steeds knelpunten zoals de beperkte concurrentie op de groothandelsmarkt en de verbindingen met de netwerken van andere landen. Het adresseren en waar mogelijk oplossen van deze knelpunten kan ertoe bijdragen dat consumenten uiteindelijk een "eerlijkere" prijs gaan betalen.

Naar het oordeel van de NMa werkt de groothandelsmarkt voor elektriciteit beter dan de gasmarkt. Een belangrijk doel op de groothandelsmarkt voor gas is de ontwikkeling van een volwaardige handelsplaats. Om de centrale handelsplaats voor gas, Title Transfer Facility (TTF), goed van de grond te krijgen is een groter en meer divers productaanbod nodig. Uit de "Monitor groothandelsmarkten elektriciteit en gas 2009" blijkt dat slechts een beperkt percentage van het totaal verhandelde volume aan gas via de TTF wordt verhandeld (18%)¹². De rest wordt niet verhandeld maar direct door het groothandelsbedrijf geleverd. De voorwaarden waaronder dit gebeurt worden vastgelegd in, per definitie niet transparante, contracten. In de zogenaamde Gasbrief¹³ kondigde de Minister van Economische Zaken een wetswijziging aan waardoor marktpartijen voortaan al hun gas via de TTF kunnen kopen. Op deze manier moet de werking van deze handelsplaats gestimuleerd worden. De wetswijziging die dit moet gaan realiseren ligt momenteel ter behandeling in de Tweede Kamer.

Zoals eerder aangegeven werkt de groothandelsmarkt voor elektriciteit beter, concurrentie is echter ook hier een issue. Aandachtspunt is hier het beperkte aantal aanbieders dat stroom produceert. De prijzen zijn daardoor hoger dan wanneer er voldoende concurrentie zou zijn.

Tenslotte zijn er ontwikkelingen op het gebied van het vergroten van de buitenlandverbindingen voor zowel gas als elektriciteit. Op deze manier worden de groothandelsmarkten uitgebreid. Door de prijsverschillen die mogelijk bestaan tussen verschillende landen kan door middel van het exporteren of het importeren van energie de werking van de groothandelsmarkten worden bevorderd. Van belang is hier efficiënte ter beschikking stelling en benutting van de importcapaciteit.

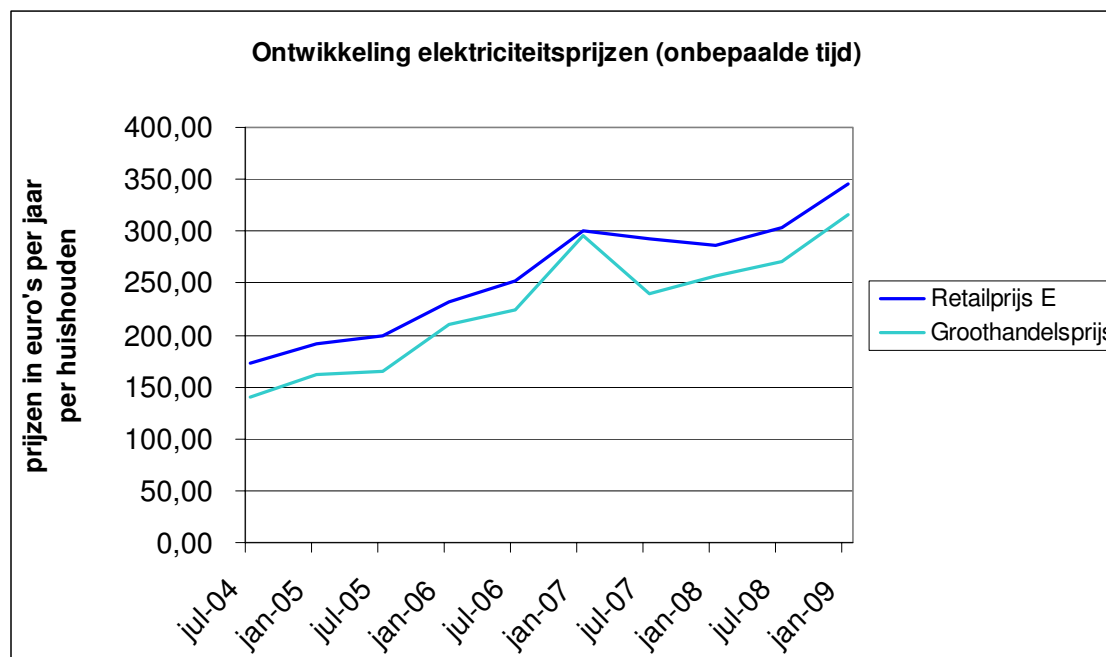
Uiteindelijk zullen vorderingen op het gebied van goed werkende groothandelsmarkten kunnen leiden tot efficiënter werkende consumentenmarkten.

¹² Monitor groothandelsmarkten elektriciteit en gas 2009 pagina 32

¹³ Kamerbrief van de Minister van Economische Zaken: Nederlandse gasmarkt: modernisering van de spelregels van 18 februari 2008; 8012079

(http://www.ez.nl/Actueel/Kamerbrieven/Kamerbrieven_2008/februari_2008/Nederlandse_gasmarkt_moderisering_van_de_spelregels).

Gedurende het jaar 2008 is er met betrekking tot de gemiddelde marge voor elektriciteit een daling richting juli 2008 te zien gevolgd door een stijging, waarna de marge in januari 2009 licht hoger was dan die van januari 2008. Evenals de gasprijzen is ook in de elektriciteitsprijzen per 1 juli 2009 de daling van de grondstofprijzen terug te zien. Ook hier geldt dat deze daling nog niet verwerkt is in figuur 7.



Figuur 7. Ontwikkeling van de elektriciteitsprijzen

2.3 Besparingspotentieel

Bij het berekende besparingspotentieel met betrekking tot de verschillende productsoorten geven de bedragen de besparing binnen een bepaalde productcategorie weer. Dit betekent dat de bedragen geïnterpreteerd moeten worden als mogelijke besparing bij de keuze voor een bepaalde leverancier maar binnen de zelfde productgroep op een bepaald moment (hier: 1 januari 2009).

Besparingspotentieel gas

Een gemiddeld huishouden dat een contract voor onbepaalde tijd wil afsluiten kan per 1 januari 2009 op gaslevering ongeveer 35 euro per jaar besparen door op dat moment te kiezen voor de goedkoopste leverancier in plaats van de gemiddelde. Een gemiddelde consument die een onbepaalde tijd contract wil afsluiten bij de duurste leverancier en besluit te kiezen voor de goedkoopste kan op deze manier ongeveer 60 euro per jaar besparen. De bovenstaande berekeningen zijn uitgevoerd voor contracten met een onbepaalde looptijd en een variabele prijs. De spreiding in de tarieven tussen de verschillende leveranciers is echter groter bij contracten met een vaste looptijd en een vaste prijs.

Deze grotere spreiding komt ook tot uiting in een groter besparingspotentieel. Een huishouden dat per 1 januari 2009 in plaats van de gemiddelde de goedkoopste leverancier kiest met betrekking tot een contract met een vaste prijs en een looptijd van één jaar kan op jaarbasis ongeveer 95 euro besparen. Wanneer een gemiddelde consument in plaats van de duurste naar de goedkoopste leverancier kiest kan de besparing oplopen tot ongeveer 150 euro.

Een vergelijkbare berekening is uitgevoerd voor contracten met een vaste prijs en een looptijd van drie jaar. Een keuze voor de goedkoopste in plaats van de gemiddelde leverancier per 1 januari 2009 kan een gemiddeld huishouden op jaarbasis een besparing opleveren van ongeveer 100 euro. Wanneer een gemiddelde consument kiest voor de goedkoopste in plaats van de duurste leverancier is het besparingspotentieel ongeveer 180 euro.

Besparingspotentieel elektriciteit

Voor een huishouden dat kiest voor een onbepaalde tijd contract is er op elektriciteit een grotere besparing op jaarbasis te realiseren dan bij gas. Een gemiddeld huishouden dat kiest voor een contract voor onbepaalde tijd bij de gemiddelde leverancier kan per 1 januari 2009 met een keuze voor de goedkoopste leverancier bijna 55 euro besparen op jaarbasis. Een keuze voor de goedkoopste in plaats van de duurste leverancier kan een besparing van ongeveer 70 euro op jaarbasis opleveren. Evenals bij gas is de spreiding en dus ook het besparingspotentieel groter voor contracten met een vaste looptijd en een vaste prijs dan voor contracten met een onbepaalde looptijd.

Met betrekking tot een contract met een vaste prijs en een looptijd van één jaar kan een gemiddeld huishouden per jaar ongeveer 65 euro besparen door in plaats van de gemiddelde voor de goedkoopste leverancier te kiezen. Bij een keuze voor de goedkoopste in plaats van de duurste leverancier kan de besparing oplopen tot 85 euro op jaarbasis.

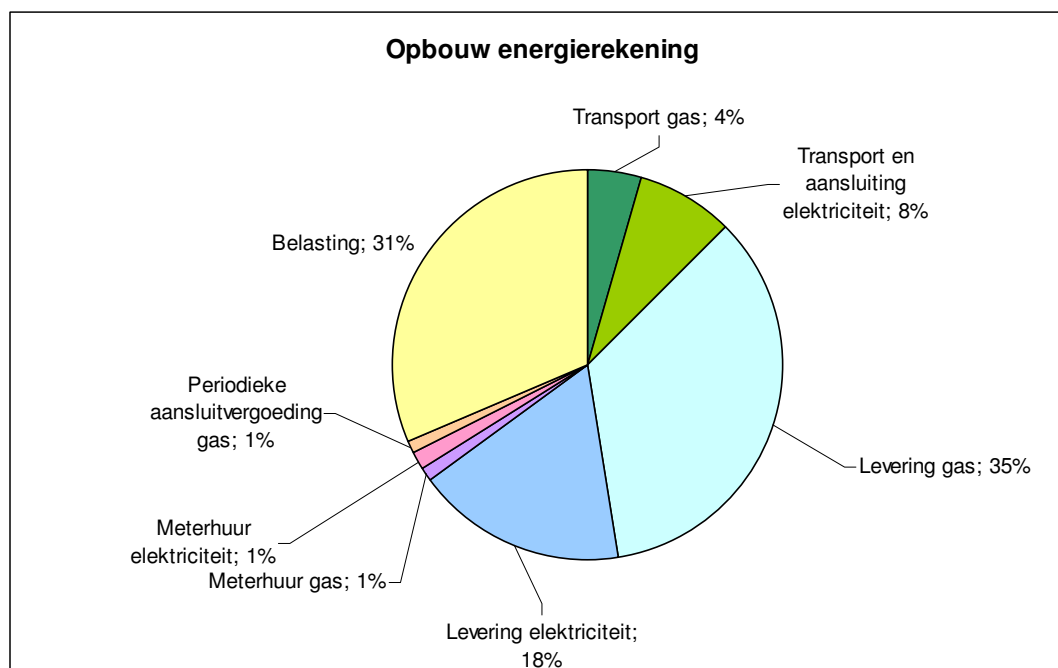
Op een contract met een vaste prijs en een looptijd van drie jaar is het besparingspotentieel iets groter. Een keuze voor de goedkoopste in plaats van de gemiddelde leverancier kan een gemiddeld huishouden op jaarbasis bijna 120 euro opleveren. Met een keuze voor de goedkoopste in plaats van de duurste leverancier kan zelfs een besparing van ongeveer 140 euro op jaarbasis gerealiseerd worden.

Bovenstaande bedragen zijn conservatieve inschattingen van het besparingspotentieel. Het betreft een zuiver verschil tussen leveringstarieven van een bepaalde contractsoort. In deze bedragen is afgezien van besparingen die kunnen voortvloeien uit eenmalige actiekortingen die in combinatie met het afsluiten van een contract worden aangeboden. Daarnaast zijn de bedragen gebaseerd op het jaarverbruik van een gemiddeld huishouden. Verder zijn deze bedragen gebaseerd op vergelijkingen binnen een bepaalde contractsoort. Eventuele besparingen als gevolg van een overstap van de ene naar de andere contractsoort, bijvoorbeeld van een onbepaalde tijdcontract naar een contract met een vaste prijs en een vaste looptijd, zijn hierin niet meegenomen. Tenslotte dient er bij contracten met een vaste looptijd verder nog rekening gehouden te worden met de mogelijke aanwezigheid van een opzegvergoeding. Dit betekent dat een consument mogelijk niet op elk moment kosteloos kan overstappen, behalve op het moment dat het contract afloopt.

2.4 Opbouw van de energierekening

Op basis van de energietarieven zoals die gelden op 1 januari 2009 bedraagt de totale energienota voor een gemiddeld huishouden, dat zowel voor gas als voor elektriciteit een contract met

onbepaalde looptijd heeft, per jaar 1961 euro¹⁴. Van dat bedrag wordt 1034 euro betaald aan de levering van energie. Dit is 53% van de rekening. De overige kosten betreffen belastingen (31%), kosten voor netbeheer (13%) en meterhuur (2%). Een gemiddeld huishouden betaalt meer voor de levering van gas (35% van de energierekening) dan voor de levering van elektriciteit (18% van de energierekening). Deze opbouw van de energierekening wordt in onderstaand taartdiagram weergegeven.

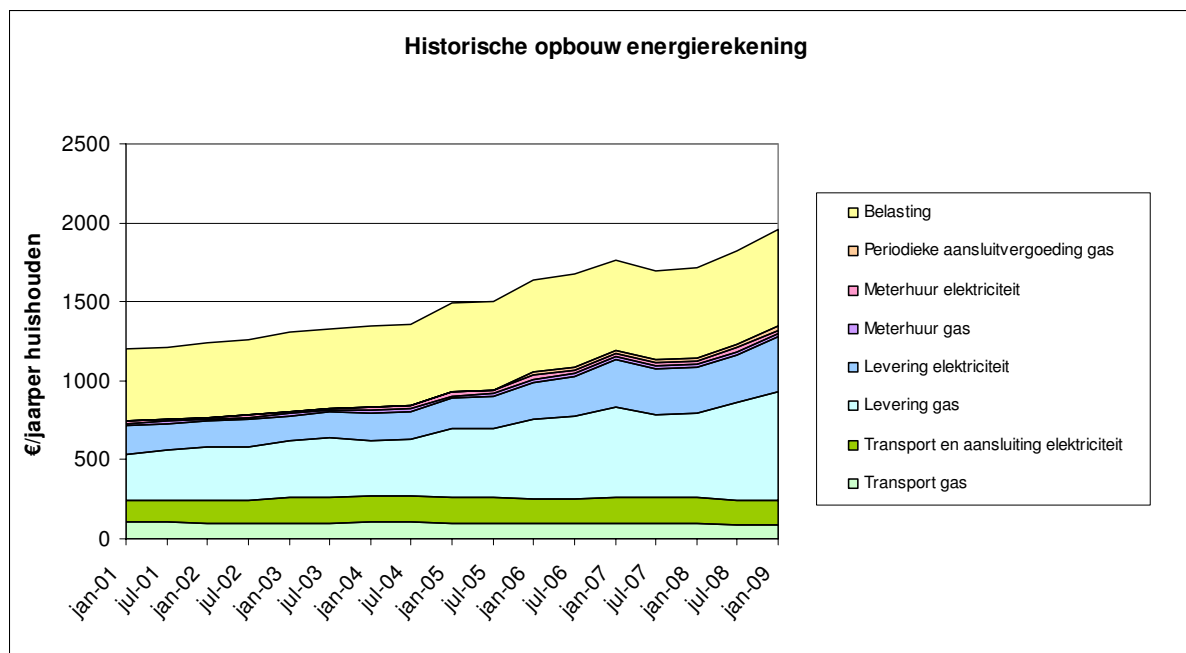


Figuur 8. Opbouw van de energierekening naar kostencomponent per 1 januari 2009 (bron: NMa)

2.5 De energierekening van 2001 tot nu

In de figuur op de volgende bladzijde is de ontwikkeling in de hoogte van de totale energierekening en de individuele componenten op die rekening weergegeven voor de periode tussen januari 2001 en januari 2009. De kosten zijn hierbij over de gehele periode gebaseerd op het gemiddelde energieverbruik van consumenten in 2007. Eventuele stijgingen of dalingen in het energieverbruik door de jaren heen zijn hierdoor buiten beschouwing gelaten.

¹⁴ Deze berekening is gebaseerd op een gemiddeld jaarverbruik van 1530 m³ voor gas en 3512 kWh voor elektriciteit (Bron: Energie in Nederland)



Figuur 9. Opbouw van de energierekening naar kostencomponenten door de jaren heen (bron: NMa)

2.6 Hoe beoordeelt de consument de energieprijzen?

Uit het consumentenonderzoek van de NMa blijkt dat bijna drie kwart van de ondervraagden vindt dat de energieprijzen over het algemeen (erg) hoog zijn. Een kwart vindt de prijzen acceptabel. Nagenoeg niemand beoordeelt de prijzen als laag of erg laag. Sinds de meting uit 2006 is er sprake van een daling van de gepercipieerde prijzen. Vooral ten opzichte van 2008 is het verschil duidelijk zichtbaar. Bij de interpretatie van deze laatste observatie is het van belang de timing van het consumentenonderzoek in acht te nemen. Het onderzoek heeft plaatsgevonden rond eind mei 2009. Op dat moment hadden enkele leveranciers reeds aangekondigd dat de prijzen per 1 juli 2009 significant zouden gaan dalen, deze uitspraken kunnen invloed gehad hebben op de gepercipieerde prijzen.

Gemiddeld schat de consument 172 euro per maand aan energie kwijt te zijn. Dit komt vrij dicht in de buurt bij de gemiddelde maandkosten op basis van het jaarbedrag van 1961 euro dat de gemiddelde consument op 1 januari 2009 betaalde voor energie (dit bedrag omvat kosten voor levering, transport en belastingen). Als het gaat om de hoogte van de kosten voor energie kan de consument deze vrij goed inschatten volgens het consumentenonderzoek van de NMa.

De consument verwacht gemiddeld een prijsverschil van 79 euro wanneer men zou overstappen. Vergeleken met het berekende besparingspotentieel per 1 januari 2009 bij een overstap van de gemiddelde naar de goedkoopste leverancier voor gas en elektriciteit op basis van een onbepaalde tijd contract, 90 euro, ligt dit verwachte besparingspotentieel ongeveer 10 euro lager. Het is wel van belang rekening te houden met het feit dat in de berekening van de NMa actiekortingen en dergelijke niet zijn meegenomen.

De prijsdrempel om daadwerkelijk over te stappen ligt echter veel hoger. Uit het consumentenonderzoek blijkt dat het bij een prijsverschil van gemiddeld 168 euro per jaar

aantrekkelijk wordt voor de consumenten om over te stappen naar een andere energieleverancier ten opzichte van 180 euro bij de vorige meting.

2.7 Hoe beoordeelt de NMa de leveringsprijzen?

De NMa heeft de wettelijke taak de leveringstarieven voor consumenten te beoordelen op redelijkheid. De leveringstarieven worden beoordeeld door ze te vergelijken met redelijke inkoopkosten en een redelijke brutomarge. Bij de beoordeling van de tarieven houdt de NMa rekening met specifieke contracteigenschappen, zoals looptijd, prijszetting en opwekking (groen/grijs). Indien de NMa een tarief bij een product als onredelijk beoordeelt, kan zij voor dit product maximum tarieven vaststellen. In het afgelopen jaar heeft de NMa onderzoek uitgevoerd naar de redelijkheid van tarieven van verscheidene leveranciers. In een beperkt aantal gevallen heeft dit er toe geleid dat de betreffende leverancier zijn tarieven heeft verlaagd.

3 Concentratie

Samenvatting

De daling van de concentratie in de kleinverbruikersmarkt voor elektriciteit en gas, die is ingezet na een korte stijging begin 2007, heeft zich in 2008 en de eerste helft van 2009 gecontinueerd. Ondanks deze beweging in de goede richting is er nog steeds sprake van een geconcentreerde markt. Op de elektriciteitsmarkt hadden de drie grootste leveranciers op 1 juli 2009 een gezamenlijk marktaandeel van 80%, op de gasmarkt bedroeg het gezamenlijk marktaandeel 76%. Het aantal moedermaatschappijen is ondanks enkele wijzigingen in het aantal leveringsvergunningen per 1 januari 2009 gelijk aan de situatie per 1 juli 2008. Essent en Nuon hebben een overnamepartner gevonden in respectievelijk het Duitse RWE en het Zweedse Vattenfall. Aangezien RWE al actief is op de Nederlandse markt zal de fusie tussen Essent en RWE de concentratie op de markt verhogen.

3.1 Inleiding

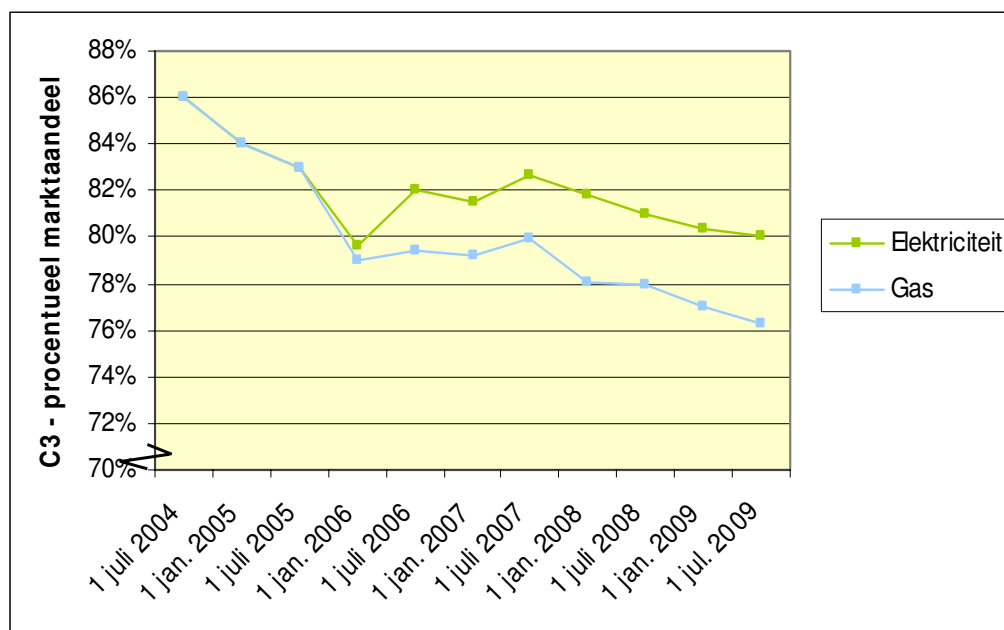
De mate van concentratie kan een indicator zijn voor de concurrentie op kleinverbruikersmarkt voor elektriciteit en gas. Een markt met volkomen concurrentie wordt onder andere gekenmerkt door vrije toe- en uittreding. Concentratiecijfers kunnen iets zeggen over het aantal nieuwe toetreders. Alleen toetreden is echter niet voldoende om iets te kunnen zeggen over de mate van concurrentie in een markt. Het is ook van belang te kijken of de nieuwe toetreders met enig succes weten te opereren. Een indicatie hiervoor kan zijn de mate waarin zij marktaandeel weten te verkrijgen (zie ook hoofdstuk 4). In dit hoofdstuk wordt in 3.2 de mate van concentratie beschreven. 3.3 gaat over het aantal spelers op de markt en 3.4 over recente overnames.

3.2 Mate van concentratie

De C3 heeft de ingezette daling voortgezet

Na een korte stijging van de concentratie op de Nederlandse kleinverbruikersmarkt in de eerste helft van 2007 is er een daling van de concentratie ingezet. Deze daling heeft zich ook gedurende het jaar 2008 en de eerste helft van 2009 gecontinueerd. Het gezamenlijke marktaandeel van de grootste drie leveranciers – gemeten door middel van de C3-index – is verder afgenomen. In een jaar tijd is de C3-index voor gas en elektriciteit respectievelijk met 2% en 1% gedaald. Op de elektriciteitsmarkt hebben de grootste drie leveranciers nu een markt aandeel van 80% en op de gasmarkt hebben de grootste drie een gezamenlijk marktaandeel van 76%. Voor gas ligt de concentratie op dit moment op het laagste niveau sinds de liberalisering.

De daling van de C3-index geeft aan dat de grootste drie leveranciers (Eneco, Essent en Nuon) marktaandeel hebben moeten inleveren. Dit betekent dat de nieuwe marktpartijen in staat zijn geweest marktaandeel bij de grote incumbents weg te halen.

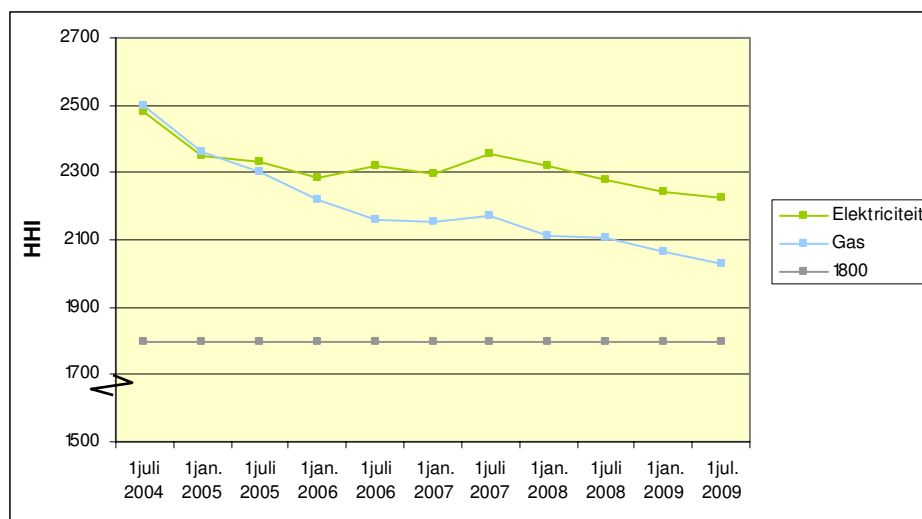


Figuur 10. Ontwikkeling van de C3-index sinds marktopening

Ook de HHI index blijft dalen

Naast de C3-index is de Herfindahl-Hirschman index¹⁵ (HHI index) een andere graadmeter voor concentratie. De HHI index is een algemene indicator voor concentratie in een bepaalde markt. In deze index worden alle marktaandelen meegenomen om op deze manier tot één waarde te komen die de concentratie van de betreffende markt illustreert. De HHI index vertoont een vergelijkbare trend als de C3-index. Ook de HHI heeft na een kleine stijging in de eerste helft van 2007 een daling ingezet die tot 1 juli 2009 doorzet. Voor zowel de elektriciteit- als de gasmarkt heeft de HHI index de laagste waarde bereikt sinds de liberalisering. Voor elektriciteit bedraagt de HHI index per 1 juli 2009 2.225 punten en voor gas is de waarde van de HHI index 2.029. Een markt met een HHI onder de 1.800 punten wordt gezien als een competitieve markt, een markt met een index tussen de 1.800 en 8.000 punten wordt gezien als een geconcentreerde markt en een markt met een index boven de 8.000 wordt gezien als een gedomineerde markt. Ondanks de trend in de goede richting, minder concentratie, is derhalve nog altijd sprake van een geconcentreerde markt.

¹⁵ De Herfindahl-Hirschman index is gelijk aan de som van de gekwadrateerde marktaandelen. Een toename in de HHI kan duiden op een afname van de mate van concurrentie. Een afname van de HHI duidt juist op toegenomen concurrentie. Bij de berekening van de indices op de kleinverbruikersmarkt voor elektriciteit en gas is uitgegaan van de marktaandelen van de "moedermaatschappijen". Leveranciers die onder een zelfde moeder vallen, zijn daarbij tot een en dezelfde maatschappij gerekend.



Figuur 11. Ontwikkeling van de concentratiegraad sinds marktopening

3.3 Vergunninghouders

Aantal spelers op de markt

Per 1 juli 2009 waren er 32 leveranciers in het bezit van een leveringsvergunning voor elektriciteit en 24 voor gas. De bovengenoemde concentratiecijfers zijn niet berekend op basis van vergunninghouders maar op niveau van moedermaatschappijen. Dit houdt in dat één moedermaatschappij kan zijn opgebouwd uit meerdere vergunninghouders, bijvoorbeeld één vergunning voor de levering aan huishoudens en een vergunning voor het leveren aan kleinzakelijke afnemers.

Nieuwkomers en uittreeders

In 2008 en de eerste helft van 2009 zijn vijf nieuwe elektriciteitsvergunningen verleend, namelijk aan Atoomstroom B.V., Electrabel Nederland Retail B.V. en Electrabel UnitedConsumers Energie B.V., DGB Energie B.V. en Power and Gas Ventures.

Electrabel Nederland Retail B.V. en Electrabel UnitedConsumers Energie B.V. en DGB Energie B.V. verkregen daarnaast ook een leveringsvergunning voor de gasmarkt.

Gedurende het jaar 2008 en de eerste helft van 2009 is een aantal leveringsvergunningen ingetrokken door de NMa. Belangrijk is dat het grootste aantal van deze vergunningen is ingetrokken op verzoek van de vergunninghouder zelf. Een voorbeeld van een dergelijke “administratieve” intrekking is de intrekking van de vergunningen van Cogas en Rendo, ingetrokken op initiatief van de vergunninghouders zelf omdat deze gezamenlijk verder gaan onder de naam Electrabel. Daarnaast heeft RWE een aantal vergunningen laten intrekken zodat alle kleinverbruikers in Nederland nu onder één RWE-vergunning vallen. Een aantal andere vergunningen zijn om vergelijkbare redenen ingetrokken. Dit heeft geen invloed gehad aan het totaal aantal moedermaatschappijen in de markt, zoals ook uit de ontwikkeling van de concentratiecijfers afgeleid kan worden.

De vergunning van Go Energy voor zowel gas als elektriciteit werd door de NMa ingetrokken wegens het niet nakomen van vergunningverplichtingen. Kort na het intrekken van de vergunning werd het faillissement van Go Energy uitgesproken.

Potentiële toetreders

Op dit moment hebben drie partijen een vergunning aangevraagd. Twee vergunninghouders hebben tot doel actief te worden op zowel de elektriciteit- als de gasmarkt voor kleinverbruikers. Eén vergunninghouder heeft een aanvraag ingediend voor een vergunning voor de levering van gas op de kleinverbruikersmarkt.

3.4 Recente overnames

Zowel Essent als Nuon hebben een buitenlandse overname partij gevonden. Het Duitse RWE, dat al actief was op de Nederlandse consumentenmarkt, heeft Essent overgenomen. Deze fusie zal de concentratie op de kleinverbruikersmarkt verder verhogen. Dit is nog niet verwerkt in de cijfers per 1 juli 2009. Het Zweedse Vattenfall zal de levering- en productie onderdelen van Nuon overnemen. Dit zal geen invloed hebben op de concentratie, omdat Vattenfall nog niet actief was op de Nederlandse kleinverbruikersmarkt.

4 Toetredingsdrempels

Samenvatting

Hoewel er nieuwe toetreders zijn die hun marktaandeel uitbouwen, valt uit de ontwikkeling van het gezamenlijke marktaandeel van de toetreders op te maken dat het niet eenvoudig is voet aan de grond te krijgen in de markt. De grootste toetredingsdrempel voor nieuwkomers op de markt wordt gevormd door de overstapaversie van veel consumenten. Hoewel de overstapereidheid deze periode is gestegen blijft een grote groep consumenten niet bereid om een overstap naar een andere leveranciers te overwegen. Met name voor gas geldt daarnaast dat door onvolkomenheden in de werking van de groothandelsmarkt het voor leveranciers moeilijk is om hun inkoop te diversifiëren.

4.1 Inleiding

Om actief te worden als energieleverancier heeft een partij een leveringsvergunning nodig. De start van nieuwe ondernemingen bewijst in de afgelopen jaren dat toetreden op de consumentenmarkt mogelijk is, hoewel de vergunningvereisten streng zijn. Deze eisen zijn streng om te verzekeren dat energieleveranciers organisatorisch, financieel en administratief solide zijn. Toetreden tot de markt is echter nog geen garantie voor succesvol opereren op de markt. Voorbij de eerste wettelijke horde, de vergunningeis, liggen ook drempels.

In dit hoofdstuk wordt in 4.2 de ontwikkeling in het marktaandeel van nieuwkomers op de markt geanalyseerd, 4.3 en 4.4 handelen over toetredings- en groeidrempels.

4.2 Marktaandeel van nieuwkomers op de consumentenmarkt voor elektriciteit en gas

Om te bezien hoe moeilijk of makkelijk het is om als zelfstandige energieleverancier te overleven op de Nederlandse consumentenmarkt wordt in deze paragraaf het marktaandeel van nieuwkomers¹⁶ onderzocht. Daarbij wordt onderscheid gemaakt in Nederlandse, "homegrown", nieuwkomers enerzijds en internationale nieuwkomers anderzijds. Deze twee groepen leveranciers hebben van elkaar verschillende (groei)strategieën.

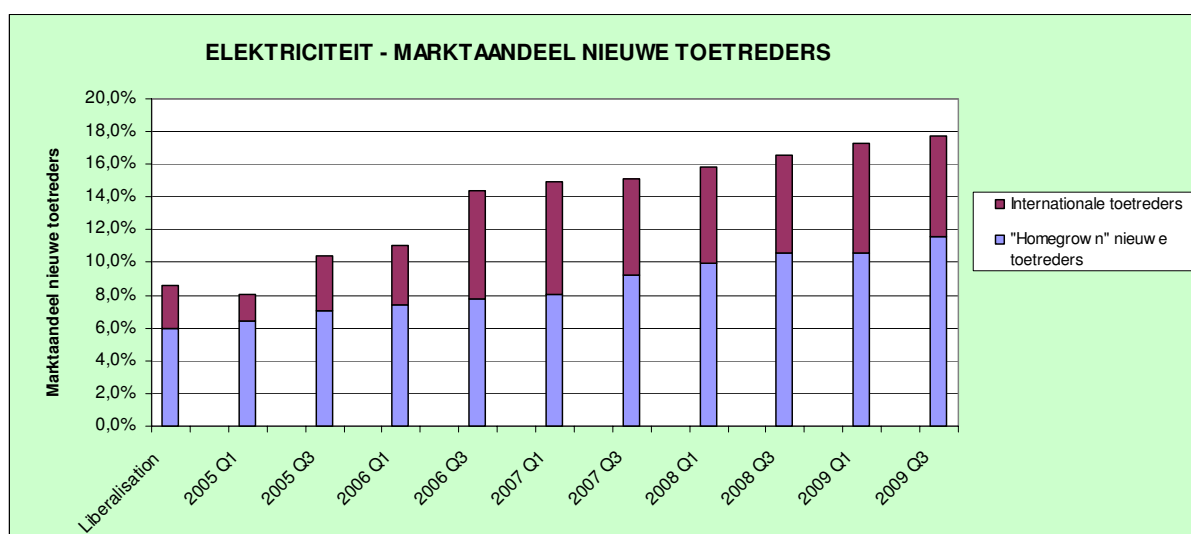
De Nederlandse nieuwkomers zoals Greenchoice, Oxio en De Nederlandse Energiemaatschappij hebben hun marktaandeel vanuit het niets opgebouwd. De internationale nieuwkomers zoals RWE, EON, DONG en Electrabel zijn toegetreden tot de markt door een bestaande leverancier over te nemen en vanuit die positie – veelal met financiële ondersteuning vanuit het moederbedrijf – te proberen hun marktaandeel uit te bouwen. Voor beide groepen geldt dat het in de afgelopen jaren niet eenvoudig is gebleken het marktaandeel te vergroten.

Op het moment van liberalisering in juli 2004 hadden Nederlandse nieuwkomers, gesteund door een belastingvoordeel op groene stroom, gezamenlijk een marktaandeel van 6% op de

¹⁶ De markt is verdeeld over nieuwkomers en *incumbents*, de traditionele leveranciers. Door overnames van incumbents door nieuwe buitenlandse toetreders zijn er op dit moment nog vier incumbents over. De drie grootste leveranciers (zie de C3 in hoofdstuk 3) zijn allemaal incumbents.

elektriciteitsmarkt verworven.¹⁷ Het marktaandeel van deze groep toetreders is in de vijf jaren sindsdien gestegen tot ruim 10% van de consumentenmarkt voor stroom halverwege 2009. De groei in marktaandeel is met name tot stand gekomen door intensieve wervingscampagnes door onder andere Oxio en De Nederlandse Energiemaatschappij.

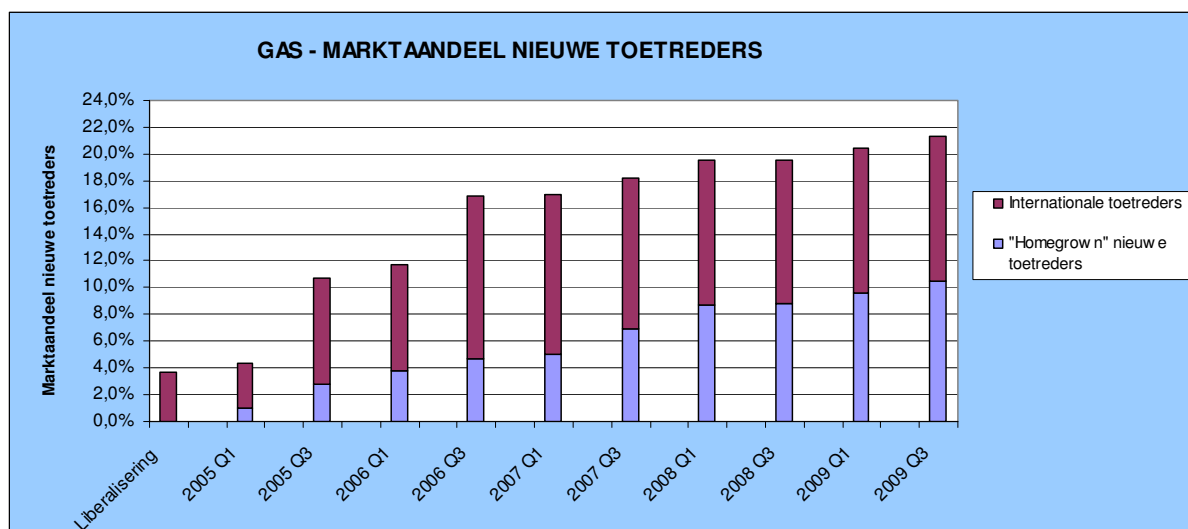
Het gezamenlijke marktaandeel van internationale nieuwkomers vertoont twee relatief grote sprongen in achtereenvolgens 2005 en 2006. In deze jaren vonden de overnames plaats van NRE door EON, van Intergas door DONG en van Cogas en Fendo door Electrabel. Behalve deze twee sprongen vertoont het gezamenlijke marktaandeel weinig ontwikkeling. Dat betekent dat ondanks de wervingscampagnes van de internationale nieuwkomers hun marktaandelen niet significant zijn veranderd.



Figuur 12 Gezamenlijk marktaandeel van nieuwkomers op de consumentenmarkt voor elektriciteit

Voor gas is het beeld vergelijkbaar, al is daar de groei van met name de groep nieuwe Nederlandse leveranciers groter dan bij elektriciteit. Mogelijke verklaring voor deze “inhaalslag” van gas is dat consumenten die voor de liberalisering overstapten op groene elektriciteit van een nieuwkomer, er voor kozen na liberalisering ook gas van diezelfde leverancier af te nemen. Zie de figuur op de volgende bladzijde.

¹⁷ In de periode voor de liberalisering, tussen 1 juli 2001 en 1 juli 2004, verkocht een aantal nieuwkomers al groene stroom.



Figuur 13. Gezamenlijk marktaandeel van nieuwkomers op de consumentenmarkt voor gas

Hoewel er wel degelijk leveranciers zijn die hun marktaandeel uitbouwen, valt op te maken uit de ontwikkeling van het marktaandeel dat de gezamenlijke toetreders hebben veroverd, dat het niet eenvoudig is voet aan de grond te krijgen in de markt. Dit wordt ook duidelijk als we kijken naar de verdeling van de markt over individuele leveranciers. In onderstaande tabel is het totaal aantal leveranciers ingedeeld naar het marktaandeel dat iedere leverancier heeft op de consumentenmarkt.

Marktaandeel	31 december 2008	31 december 2007	31 december 2006
Elektriciteit			
>20%	3	3	3
Tussen 5% en 20%	1	1	1
Tussen 1% en 5%	6	6	5
< 1%	13	12	14

Tabel 1. Ontwikkeling van de marktaandelen elektriciteit

Marktaandeel Gas	31 december 2008	31 december 2007	31 december 2006
>20%	3	3	3
Tussen 5% en 20%	0	1	0
Tussen 1% en 5%	8	6	7
< 1%	12	13	13

Tabel 2. Ontwikkeling marktaandelen gas

Uit dit overzicht blijkt dat er geen grote verschuivingen in marktaandelen hebben plaatsgevonden in de afgelopen jaren. Uit additionele gegevens blijkt verder dat slechts één leverancier in de onderzochte periode erin geslaagd is een initieel marktaandeel van onder de 1% te vergroten tot boven de 1%.

4.3 De belangrijkste toetredings- en groeidrempels

Het opbouwen van marktaandeel is moeilijk. Dit is niet alleen een drempel voor partijen die reeds zijn toegetreden. Het kan ook potentiële toetreders er van weerhouden de markt te betreden. Om die reden zullen zuivere toetredingsdrempels en groeidrempels in onderstaande niet van elkaar worden onderscheiden, hoewel er strikt gezien wel verschil is tussen beide soorten drempels. De twee grootste drempels zijn de overstapaversie onder consumenten en de gebrekkige werking van de groothandelsmarkten voor elektriciteit en gas.

Overstapaversie

De grootste drempel is de overstapaversie van Nederlandse consumenten.¹⁸ Angst voor problemen bij het overstappen en desinteresse – mede door het low-interestkarakter van het product energie – zorgen ervoor dat de gemiddelde consument pas bij een besparing van rond de 170 euro overweegt naar een andere leverancier over te stappen. Deze 170 euro is een kwantificering van de verwachte inspanning en administratieve rompslomp die de consument in zijn ogen moet ondergaan voordat de overstap is geëffectueerd.

Ondanks het hoge overstappercentage in de afgelopen periode van boven de 9% is de overstapaversie nog steeds hoog. 29 % van de consumenten zegt te overwegen de komende twee jaren over te stappen naar een andere leverancier.¹⁹ Hoewel deze groep is gegroeid ten opzichte van de vorige meting, betekent dit dat de energieleveranciers nog steeds in een kleine vijver vissen. Voor toetreders met de ambitie het marktaandeel significant te vergroten, is dit een serieuze drempel.

Een significante toename in het aantal klanten lijkt op dit moment slechts gerealiseerd te kunnen worden door overnames van concurrenten of door zeer intensieve wervingscampagnes. Beide strategieën vergen een behoorlijk (start)kapitaal.

Gebrekkige werking groothandelsmarkt

De andere grote drempel voor toetreders tot de consumentenmarkt wordt gevormd door onvolkomenheden in de werking van de groothandelsmarkten, met name die voor gas (zie ook hoofdstuk 2). Leveranciers zijn voor de inkoop van energie aangewezen op de groothandelsmarkten voor elektriciteit en gas.

Voor het grootste deel van het in te kopen gas zijn leveranciers aangewezen op één partij, GasTerra. Andere inkoopkanalen zijn nog te onderontwikkeld om op dit moment een serieus alternatief te bieden. LNG terminals bijvoorbeeld zijn nog in aanbouw of pas in de vergunningsfase. Import over land vindt al op redelijke schaal plaats. Het probleem daar is echter dat de capaciteit voor lange tijd is uitverkocht.

¹⁸ Dit bleek mede uit onderzoek in 2007 door Stichting Economisch Onderzoek in opdracht van de NMa.

¹⁹ Het betreft hier de groep consumenten die in het consumentenonderzoek van de NMa “zeker wel”, “waarschijnlijk wel” of “misschien wel/ misschien niet” hebben geantwoord op de vraag of de consument de komende twee jaar gaat overstappen naar een andere leverancier.

De afhankelijkheid van één partij maakt het moeilijk voor leveranciers hun inkoopportfolio naar wens te structureren en zich (daarmee) te onderscheiden op prijs. Kleine nieuwkomers klagen over het bijkomende probleem dat het niet mogelijk is kleine hoeveelheden gas te contracteren bij GasTerra. Er is volgens hen sprake van een inkoopminimum. De nieuwkomers halen dit inkoopminimum niet, omdat zij per definitie beginnen met een lege klantenportefeuille. Ook veel nieuwe partijen die al een tijdje actief zijn geven het signaal af dat de drempel voor hen reëel is, omdat ook zij het “benodigde” aantal klanten niet halen. Als deze partijen gas willen verkopen aan consumenten zijn zij voor hun gasinkoop aangewezen op concurrenten. Zij liften mee op de inkoopcontracten van andere leveranciers. Dit gaat ten koste van de onafhankelijkheid van deze nieuwkomers.

In 2008 heeft de Minister van Economische Zaken een aantal maatregelen genomen die op den duur de werking van de groothandelsmarkt voor gas moeten verbeteren. Deze verbeteringen in het marktmodel en in het balanceringsregime leiden naar verwachting tot een verlaging van de drempels op de consumentenmarkt op middellange termijn. Maar op korte termijn blijven de drempels onverminderd hoog.

4.4 Ontwikkelingen in overige drempels

In het kader van de Wet Onafhankelijk Netbeheer zijn de overgebleven geïntegreerde net- en leveringsbedrijven gestart met het splitsen van hun activiteiten. Dit moet uiteindelijk de voordelen die geïntegreerde leveranciers genieten, wegnemen zodat een meer gelijk speelveld ontstaat. De voordelen bestaan onder andere uit gratis reclame in de vorm van in het straatbeeld zichtbare netbeheerdersactiviteiten onder de naam van het leveringsbedrijf. Op dit laatste punt is al een verbetering gerealiseerd door de naamswijziging van drie geïntegreerde bedrijven. Eneco Netbeheer heet inmiddels Stedin, Essent Netwerk heet Enexis en Continuon Netbeheer heet inmiddels Liander.

Een andere drempel waarover kleine leveranciers klagen, is de (administratieve) complexiteit van het leveringsbedrijf en de hoeveelheid en snelheid van veranderingen in de administratieve werkzaamheden. In dat kader verdient de voorgenomen invoering van het nieuwe marktmodel extra aandacht. Het nieuwe marktmodel beoogt de marktstructuur te vereenvoudigen, onder andere door leveranciers aan te wijzen als primair aanspreekpunt voor de consument voor wat betreft de periodieke administratieve (klant)processen. Hoewel dit nieuwe marktmodel kansen tot meer identificatie en diversificatie biedt aan leveranciers – het contact met de consument kan frequenter worden en leveranciers zijn meer in staat zelf te handelen – brengt het nieuwe marktmodel ook nieuwe verantwoordelijkheden en risico's voor leveranciers met zich mee. Leveranciers worden in het nieuwe marktmodel ook verantwoordelijk voor het opnemen en distribueren van meterstanden en voor het innen en afdragen van transportkosten aan netbeheerders. De leveranciers zullen ook het incassorisico over de transportkosten gaan dragen. Deze maatregelen kunnen de marktstructuur verbeteren, maar verzwaren wel het takenpakket van de leverancier. Dit is een punt van zorg voor kleine leveranciers en kan potentiële toetreders afschrikken.

5 Dienstverlening

Samenvatting

Steeds meer consumenten zijn tevreden over de dienstverlening van hun eigen energieleverancier. Ook de tevredenheid over de afhandeling van klachten neemt toe. Daarbij vormt de tijdigheid van energienota's geen probleem meer. Er zijn nog wel klachten over de kwaliteit van nota's. Deze vloeien vaak voort uit problemen met de voor de afrekening gehanteerde meterstanden. Slimme meters kunnen hierin een significante verbetering brengen. Energieleveranciers kunnen zich onderscheiden op prijs, maar ook op dienstverleningsaspecten. Telefonische bereikbaarheid is zo'n aspect. Uit een benchmark van de NMa blijkt dat de gemiddelde waardering van de consument voor de wachttijden licht is verbeterd t.o.v. vorig jaar.

5.1 Inleiding

Druk van consumenten zal in een goed werkende markt zorgen voor optimale dienstverlening. Wanneer de service die een energieleverancier biedt niet op het verwachte niveau is, kunnen consumenten overstappen naar een andere leverancier. Deze druk zal leveranciers ertoe dwingen de service aan te passen aan de wensen van consumenten. Aan de andere kant kan een onvoldoende niveau van dienstverlening zorgen voor een overstapdrempel, wanneer consumenten uit angst voor administratieve rompslomp niet over durven te stappen naar een andere energieleverancier. Daarom moeten consumenten erop kunnen vertrouwen dat overstappen, verhuizen en factureren ongestoord, foutloos en snel verlopen. Het is een basisvereiste voor een goede werking van de consumentenmarkt voor energie.

In dit hoofdstuk wordt in 5.2 de tevredenheid over dienstverlening besproken, in 5.3 administratieve dienstverlening en in 5.4 klachtenafhandeling. 5.5 gaat over bereikbaarheid en 5.4 tot slot behandelt de Energiewijzer van ConsuWijzer.

5.2 Tevredenheid over dienstverlening

In 2009 zegt een ruime meerderheid van de consumenten tevreden te zijn over de dienstverlening van de eigen energieleverancier. Acht op de tien consumenten zegt tevreden of heel tevreden te zijn over deze dienstverlening. Dit aantal is sinds 2006 geleidelijk gestegen.

5.3 Administratieve dienstverlening

Overstapproces is verbeterd

Sinds 2006 heeft de energiesector een flinke stap voorwaarts gemaakt bij de afhandeling van een overstap van een consument. In 2006 was slechts 45% van de consumenten tevreden over de afhandeling van een overstap. Ronduit ontevreden was destijds 23% van de consumenten. In 2009 is het aandeel tevreden consumenten gestegen tot 60%, terwijl het aandeel ontevreden consumenten gedaald is naar 15%. Voor wat betreft de ontevredenheid is dit een kleine terugval, in 2008 was 13% ontevreden, tegenover 55% tevreden consumenten.

Sinds de liberalisering van de energiemarkt in 2004 heeft de NMa zich ervoor ingespannen om de zogenaamde basics bij de energiebedrijven op orde te krijgen. Het op een juiste manier afhandelen van een overstap behoort daar ook toe. Uit de cijfers blijkt dat de inspanningen van de energiebedrijven en de NMa tot resultaat hebben geleid. Aandacht voor het overstapproces blijft echter geboden.

Tijdigheid van de energienota is goed geregeld

Uit doorlopend onderzoek van de NMa blijkt dat zowel leveranciers als netbeheerders in de afgelopen periode hun nota's op tijd stuurden. Er waren wel enkele uitzonderingen, maar deze afwijkingen waren gering van omvang. Voor de gemiddelde consument was daarmee de *tijdigheid* van nota's geen issue. Het consumentenonderzoek in 2009 bevestigt dit ook: 77% van de consumenten is tevreden tot zeer tevreden over de facturering door energiebedrijven. Dat is voor de NMa aanleiding geweest om informatie over de tijdigheid van nota's van leveranciers en netbeheerders niet meer integraal te publiceren. In plaats daarvan is gekozen voor het publiceren van een prestatie-indicator op de Energiewijzer van Consuwijzer.

Kwaliteit van de energienota is nog een verbeterpunt

De signalen die de NMa via Consuwijzer ontving over overstap-, verhuis- en jaarafrekeningen hadden veelal betrekking op de *kwaliteit* van de nota. Veel consumenten zeggen dat de energienota ingewikkeld en onoverzichtelijk is. Daarnaast geven consumenten aan dat er met betrekking tot de correctheid van de nota soms problemen waren met de voor de afrekening gehanteerde meterstand.

Vooruitzicht administratieve prestaties

De in de vorige Consumentenmonitor aangekondigde veranderingen op administratief gebied (die voorzien waren in 2009 en 2010) hebben vertraging opgelopen. Het betreffende wetsvoorstel is aangehouden in de Eerste Kamer op basis van privacy aspecten die verbonden zijn aan de toekomstige uitrol van de slimme meter. Dat betekent dat onder andere het verplichte leveranciersmodel (waarmee consumenten één duidelijk aanspreekpunt en één geïntegreerde factuur voor alle energiecomponenten zullen krijgen) niet per 1 juli 2010, maar later zal worden ingevoerd. Ook de landelijke invoering van slimme meters en de verplaatsing van verantwoordelijkheid voor het opnemen en distribueren van meterstanden van netbeheerders naar leveranciers zijn hiermee vooruitgeschoven. Met name de introductie van de twee laatstgenoemde elementen beloven een significante verbetering in gebruikte meterstanden bij overstap, verhuizing en jaarafrekening. Op dit moment wordt gewerkt aan een novelle bij het betreffende wetsvoorstel. De NMa zal er op toezien dat administratieve prestaties in de periode voor en na de invoering van het nieuwe marktmodel op peil blijven en dat de voorbereidingen op het nieuwe marktmodel voortgaan.

5.4 Klachtenafhandeling

Consument vooral positief over afhandeling van klachten

Wanneer een consument een klacht heeft moet deze snel en adequaat door de leverancier worden verholpen. Goede klachtenafhandeling is een basisvereiste voor een goede werking van de consumentenmarkt voor energie.

De tevredenheid over klachtenafhandeling is gestegen van 45% in 2006 tot 61% in 2009. Uit het consumentenonderzoek blijkt dat slechts 9% van de consumenten nog ontevreden is over de klachtenafhandeling van de energieleverancier.

Klachtenonderzoek NMa

De toegenomen tevredenheid over de afhandeling van klachten blijkt ook uit het specifieke klachtenonderzoek van de NMa. Dit jaarlijks terugkerend onderzoek is voor het eerst uitgevoerd in 2006. Toen waardeerden consumenten de klachtenafhandeling van energieleveranciers met het rapportcijfer 4,2. In het vervolgonderzoek in 2007 was dit gestegen tot een 4,7. In 2008 werd de klachtenafhandeling door consumenten gewaardeerd met het rapportcijfer 5,2. Eén bedrijf haalde dat jaar voor het eerst een 6. De bedrijven die van de consumenten in het onderzoek geen voldoende kregen hebben op verzoek van de NMa een verbeterplan opgesteld. Eind 2009 herhaalt de NMa het onderzoek naar de kwaliteit van klachtenafhandeling. In het voorjaar van 2010 worden de resultaten hiervan verwacht.

5.5 Bereikbaarheid

Leveranciers onderscheiden zich niet alleen op prijs, maar ook op aspecten van dienstverlening, zoals bereikbaarheid, de afhandeling van vragen, of het leveren van aanvullende diensten.

Energiebedrijven volgens consumenten telefonisch voldoende te bereiken

Eén van de onderscheidende aspecten op het gebied van dienstverlening is telefonische bereikbaarheid.

Ten behoeve van de Energiewijzer (zie hieronder) laat de NMa op kwartaalbasis de telefonische bereikbaarheid beoordelen. In 2008 moesten consumenten gemiddeld 50 seconden wachten alvorens zijn gesprek werd aangenomen. In het eerste half jaar van 2009 is de gemiddelde wachttijd iets opgelopen tot 53 seconden. De spreiding tussen energieleveranciers is echter vrij fors: in 2009 neemt de ‘snelste’ energieleverancier het gesprek al na gemiddeld 6 seconden aan, terwijl de ‘langzaamste’ energieleverancier er gemiddeld 219 seconden over doet.

Ook in openingstijden en –tarieven verschillen de energieleveranciers van elkaar: de meeste leveranciers hanteren kantooruren, maar er zijn leveranciers die de mogelijkheid bieden om ‘s avonds of in het weekend te bellen. De tarieven zijn veelal lokaal, met een aantal positieve (gratis) en minder positieve (duurder dan lokaal) uitzonderingen.

5.6 Energiewijzer biedt consument meer vergelijkbare informatie

De Energiewijzer van ConsuWijzer biedt consumenten sinds november 2008 de mogelijkheid om de verschillende energieleveranciers te vergelijken op dienstverlenende aspecten. Zo wordt de bovengenoemde telefonische bereikbaarheid van de verschillende leveranciers getoond, maar ook zaken als de bijkomende administratieve kosten, de herkomst van elektriciteit en de hoeveelheid signalen die Consuwijzer ontvangt over de betreffende leverancier.

6 Transparantie

Samenvatting

Eerlijke en transparante informatievoorziening aan consumenten is een voorwaarde voor een goede werking van de energiemarkt. Consumenten vinden op dit moment de markt nog niet voldoende transparant. Zij zijn met name op zoek naar betrouwbare en vergelijkbare informatie over prijs en kwaliteit van dienstverlening van de energiebedrijven.

Werving door energiebedrijven zorgt voor dynamiek in de markt. Werving is echter ook een bron van ergernis voor veel consumenten. Het risico bestaat dat (agressieve) werving consumenten afschrikt en uiteindelijk een averechts effect teweegbrengt.

6.1 Algemeen

Transparantie op de markt zorgt ervoor dat consumenten en leveranciers elkaar goed kunnen vinden. Transparantie omvat de betrouwbaarheid, de beschikbaarheid en de overzichtelijkheid van informatie. In een transparante markt beschikken consumenten over voldoende informatie over leveranciers en hun aanbod om keuzes te kunnen maken.

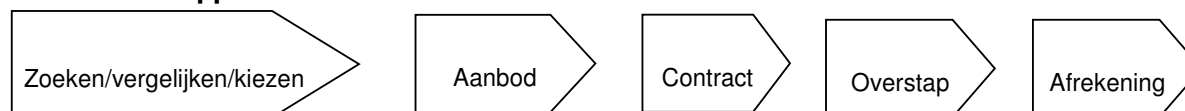
Verschillende stappen op de energiemarkt en hun kenmerken

Op de energiemarkt zijn voor de consument verschillende stappen te onderscheiden (zie figuur 14). In al deze stappen is transparantie van belang. De ervaring leert dat het hierbij verschil maakt of een consument “actief” of “passief” overstapt. Actieve overstappers volgen een ander traject dan passieve overstappers.

“Passief overstappen”



“Actief overstappen”



Figuur 14: Passief en actief overstappen

Actieve overstappers gaan vanuit een prikkel op zoek naar een voor hen optimaal energieaanbod. Die prikkel kan bijvoorbeeld gegeven worden door de eindafrekening van de huidige energieleverancier, mond tot mond reclame, advertenties of berichten in de media. Ook kan (telefonische) werving aanleiding zijn om energieleveranciers te vergelijken. Wat de prikkel ook is, de actieve overstapper gaat vervolgens op zoek naar informatie, vergelijkt het aanbod van verschillende leveranciers en maakt een keuze. Passieve overstappers slaan deze fase over, ze gaan direct in op het aanbod van een specifieke leverancier die hen benadert. Vervolgens doorlopen

beide groepen dezelfde fases van het afsluiten van het contract, het daadwerkelijke overstappen en tot slot de eindafrekening. In iedere stap van de keten speelt transparantie een rol. Hierna worden de verschillende stappen besproken.

6.2 Zoeken, vergelijken en kiezen

In deze stap, die de passieve overstapper overslaat, gaat de actieve overstapper op zoek naar informatie om verschillende energieleveranciers en hun aanbod te vergelijken teneinde een bewuste keuze te kunnen maken.

Consument blijft vooral op zoek naar goed vergelijkbare informatie over prijs en kwaliteit

Energieconsumenten blijven net als voorgaande jaren vooral behoefte houden aan een goede onderlinge vergelijking van energiebedrijven op prijs en kwaliteit van de dienstverlening. Ruim 40% van de consumenten geeft aan dat dit het meest gezochte type informatie is.

In 2009 is de behoefte aan informatie over de milieugevolgen en de herkomst van energie weer groter geworden. Sinds 2006 was er een dalende trend te zien, maar in 2009 zegt 23% van de consumenten meer hierover te willen weten.

De behoefte aan informatie is het grootst bij consumenten die een overstap naar een andere leverancier overweegt of al eens een overstap gemaakt heeft. Bij de groep consumenten die overweegt te gaan overstappen is er ook een vraag naar handige ‘tips en tools’ voor vragen en/of problemen over zaken zoals het maken van een overstap.

Informatie over prijs en kwaliteit niet goed vergelijkbaar

Volgens consumenten zijn drie zaken het meest van belang bij het kiezen van een leverancier: de prijs, de contractvoorwaarden en de dienstverlening van die leverancier. Meer dan de helft van de consumenten vindt dat de informatie van energiebedrijven over de prijs en kwaliteit van dienstverlening slecht te vergelijken is. Slechts één op de tien zegt dat de aangeboden informatie goed te vergelijken is.

De belangrijkste redenen waarom men de vergelijkbaarheid van energiebedrijven ontoereikend vindt, zijn terug te voeren op de wijze waarop deze informatie wordt aangeboden. De informatie is volgens consumenten onduidelijk, ingewikkeld, beperkt vergelijkbaar en te weinig inzichtelijk voor wat betreft de prijs. Daarnaast vindt een kwart van de consumenten ook nog eens dat het vergelijken van energiebedrijven op prijs te veel tijd kost en weten steeds meer consumenten niet welke informatie ze nog kunnen vertrouwen.

Wél zijn prijsvergelijkers op internet een populair middel: zes op de tien consumenten die van plan zijn over te stappen maakt gebruik van prijsvergelijkingsites. Dit aantal neemt over de jaren geleidelijk toe. De NMa zal in 2009 weer een onderzoek uitvoeren om de kwaliteit van prijsvergelijkers transparant te maken.

Ook websites van energiebedrijven, consumentenorganisaties en de overheid zijn belangrijke informatiebronnen voor consumenten.

6.3 Aanbod / werving

Werving zorgt voor dynamiek

Klantenwerving door energieleveranciers is een positief teken van marktwerking. Er wordt gedongen om de gunst van de consument. Wanneer consumenten een weloverwogen keuze maken om over te stappen heeft dit een gunstige invloed op de werking van de markt.

Agressieve werving kan dynamiek juist afremmen

Werving kan in de ogen van de consument ook doorslaan naar agressieve werving. En dan is het effect averechts: consumenten raken geïrriteerd en er ontstaat een negatief beeld t.a.v. de energiemarkt. Dit kan juist een neerwaarts effect hebben op de bereidheid om over te stappen van consumenten.

Het aantal signalen bij ConsuWijzer (zie kader II) over klantenwerving door energieleveranciers is in 2008 sterk toegenomen. In 2009 is juist weer een sterke daling te zien. Dit kan mede verklaard worden uit schommelingen in de intensiteit aan klantenwerving.

Klachten over klantenwerving komen met name voort uit de manier van telefonische werving. Ook wordt vaak geklaagd over een ongewenste overstap: consumenten die telefonisch denken te zijn overeengekomen dat een informatiepakket wordt toegezonden krijgen een leveringcontract dat bij niet-akkoord binnen 8 werkdagen dient terug te worden teruggestuurd.

Soms bestaat ook onduidelijkheid over de ingangsdatum van de nieuwe leveringsovereenkomst: is dit per direct of vanaf het moment dat het oude leveringscontract afloopt. Indien het oude leveringscontract vroegtijdig beëindigd wordt, worden consument soms geconfronteerd met een opzegvergoeding. Zij zijn zich hier niet altijd van bewust.

Overigens kan de invoering van het Bel-me-niet Register leiden tot een afname van klachten over telefonische werving. Ook is het mogelijk dat door dit register er volgend jaar meer nadruk zal komen te liggen op colportage als wervingsmiddel.

KADER II



Informatieverstrekking

ConsuWijzer is het informatieloket van de overheid waar consumenten praktisch advies kunnen vinden over hun rechten en plichten op onder andere het gebied van de energiemarkt.

Het totaal aantal bezoekers van de website van ConsuWijzer is voor wat betreft energie in 2009 tot en met het derde kwartaal gestegen naar 301.000. Over heel 2008 was het aantal bezoekers 280.000. Voor 2009 zullen het aantal bezoekers van Consuwijzer dus ruimschoots worden overtroffen.

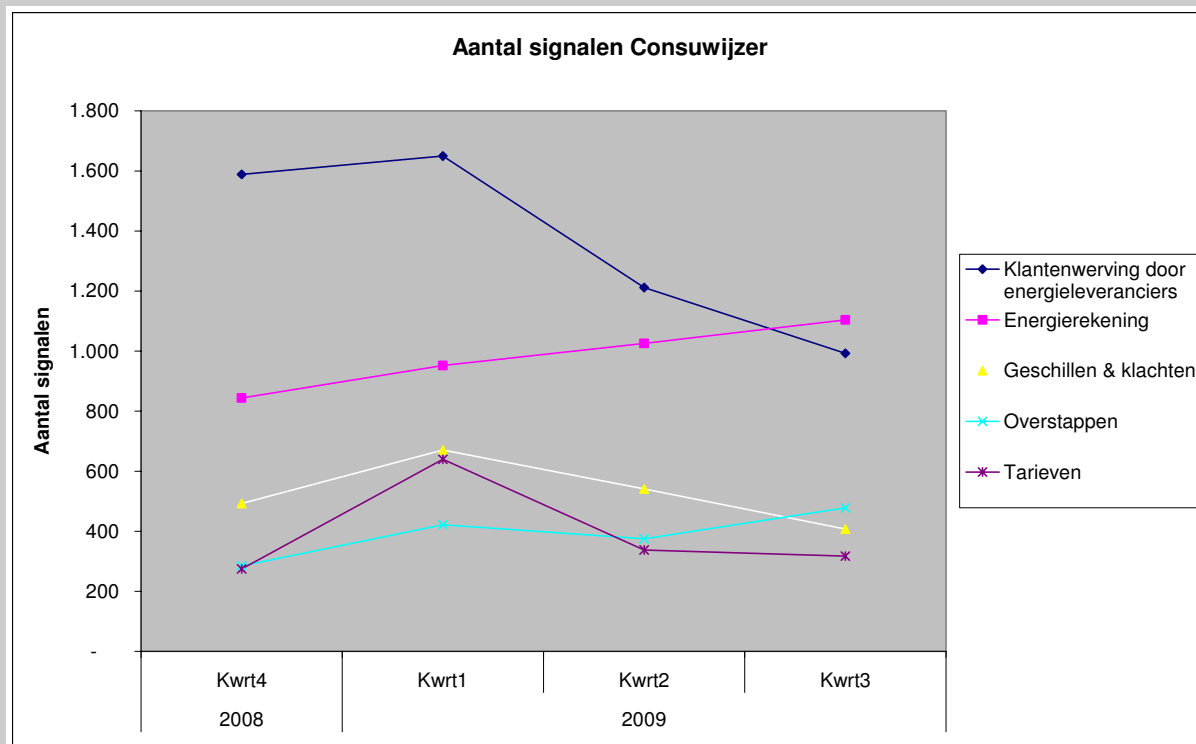
Evenals in 2008 maken consumenten in 2009 het meest gebruik van informatie over het vergelijken van energieleveranciers. De pagina's op de website over dit onderwerp waren goed voor bijna 40% van het aantal pageviews. Dit was eind 2008 ook de reden om de Energiewijzer op ConsuWijzer te lanceren. Met de Energiewijzer kunnen consumenten op eenvoudige wijze energieleveranciers met elkaar vergelijken. De Energiewijzer biedt consumenten de mogelijkheid energiebedrijven te vergelijken op onder meer dienstverlening, contactgegevens, betaal mogelijkheden en herkomst van de geleverde energie. Andere veel geraadpleegde pagina's op ConsuWijzer zijn de pagina's die gaan over 'Tarieven' en 'Uw energierekening nader verklaard'. Op deze pagina's wordt antwoord gegeven op praktische vragen als: 'Wat is het capaciteitstarief? Wat heeft de prijs van ruwe olie met mijn energierekening te maken? Hoe berekent mijn energieleverancier de energiekosten op mijn jaarafrekening?'

De website biedt consumenten de mogelijkheid om zelf informatie te verzamelen. Daarnaast kunnen zij ook per telefoon, email of fax vragen stellen aan ConsuWijzer. Naast een bron van informatie voor consumenten is ConsuWijzer een belangrijke informatiebron voor de NMa. Op grond van analyses van de binnengekomen signalen van consumenten kunnen ontwikkelingen en eventuele problemen tijdig worden gesignaleerd. Daarmee vormt ConsuWijzer de oren en ogen van de NMa op het gebied van energie voor consumenten.

Signalen

Signalen komen bij ConsuWijzer via de volgende kanalen binnen: per telefoon, het vragenformulier op de website of e-mail, maar ook per brief en fax. In de periode kwartaal vier 2008 tot en met kwartaal drie 2009 is het aantal vragen en klachten (vanaf hier verder samen genoemd als 'signalen') met bijna 30% toegenomen ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder.

Het totaal aantal signalen dat binnenkwam bij ConsuWijzer over energie in de periode kwartaal vier 2008 tot en met kwartaal drie 2009 was 15.986. In dezelfde periode een jaar eerder kwamen er in totaal 11.637 signalen binnen. In het eerste kwartaal van 2009 kwamen er 4.776 signalen met betrekking tot de energiemarkt binnen. In het derde kwartaal van 2009 is dit aantal gedaald naar 3.609 signalen.



Figuur 15. Aantal signaalmeldingen bij ConsuWijzer in 2008 - 2009

Er zijn verschillende verklaringen voor de groei van het aantal signalen ten opzichte van een jaar geleden en de daling in het aantal signalen die figuur 15 vanaf het eerste kwartaal 2009 laat zien. De toenemende naamsbekendheid van ConsuWijzer o.a. als gevolg van een campagne in de media in het najaar van 2008 is bijvoorbeeld een belangrijke verklaring van de toename in het aantal signalen. Daarnaast hangt het aantal signalen samen met de activiteit van de markt op het gebied van klantenwerving. Een hoge intensiteit aan klantenwerving zorgt voor een duidelijke toename in het aantal signalen bij ConsuWijzer. In het tweede kwartaal is die intensiteit afgenomen, hetgeen zich weerspiegelt in een daling in het aantal signalen over de categorie klantenwerving.

In de bovenstaande grafiek is de ontwikkeling van de vijf grootste signaalmeldingen in het de periode kwartaal vier 2008 tot en met kwartaal drie 2009 weergegeven. Uit de grafiek is duidelijk af te lezen dat naast de signaalcategorie 'Klantenwerving', de signaalcategorie 'Energierkening' verantwoordelijk is voor de meeste signaalmeldingen, waarbij de laatste categorie duidelijk in opmars is.

Consumenten vinden aangeboden informatie door energiebedrijven onduidelijk

Maar liefst 92% van de Nederlandse consumenten is het afgelopen jaar benaderd door een energieleverancier om over te stappen naar een ander product of contract (telefonisch, via e-mail of schriftelijk). Twee derde van deze consumenten heeft een negatief beeld van de manier waarop energiebedrijven klanten werven. Dit aantal is duidelijk gestegen sinds 2007 en ligt ook hoger dan in 2008. Opvallend is verder dat 74% van degenen die benaderd zijn om over te stappen, van

menig is dat in het aanbod sprake was van onduidelijke of niet-eenduidige informatie. Dit is beduidend meer dan in 2008 (toen was dat 59%).

De NMa neemt de klachten over klantenwerving door energieleveranciers zeer serieus. Zij trekt hierin samen op met de Consumentenautoriteit, die verregaande bevoegdheden heeft op basis van de Wet oneerlijke handelspraktijken. In de aangepaste Richtsnoeren Informatieverstrekking (zie kader III) stelt de NMa nadere regels t.a.v. informatie verstrekt tijdens wervingsgesprekken.

KADER III

Duidelijke en betrouwbare informatie van leveranciers

Aangepaste Richtsnoeren Informatieverstrekking

Een goede informatievoorziening door energieleveranciers over de tarieven en voorwaarden die zij hanteren maakt het mogelijk voor consumenten een weloverwogen keuze te maken voor een leverancier. Ook kunnen consumenten hierdoor kennis nemen van de rechten en plichten die voortvloeien uit een leveringsovereenkomst. Een goede informatievoorziening is dus van wezenlijk belang voor een effectieve bescherming van consumenten. Daarom heeft de NMa in december 2007 de Richtsnoeren Informatieverstrekking Energieleveranciers aan Consumenten vastgesteld. Hierin worden de informatieverplichtingen uit de Elektriciteitswet en de Gaswet nader uitgewerkt.

In de Richtsnoeren is onder meer bepaald wat moet worden verstaan onder "transparante informatie over tarieven" en onder "transparantie informatie over voorwaarden". Daarbij is aangegeven waaruit de tariefinformatie tenminste moet bestaan en wat essentiële voorwaarden zijn, zoals de looptijd van een contract en de voorwaarden voor beëindiging van een contract. Deze informatie dient voor consumenten beschikbaar te zijn.

De oorspronkelijke Richtsnoeren maakten geen onderscheid naar het medium dat energieleveranciers gebruiken om informatie te verstrekken. Zij werden echter alleen gebruikt ter beoordeling van de informatieverstrekking op websites van energieleveranciers. In 2008 ontving de NMa signalen van leveranciers dat de Richtsnoeren zich niet goed zouden lenen voor toetsing van de informatieverstrekking bij directe wervingsvormen (telefonische werving en colportage). De NMa heeft recentelijk de Richtsnoeren op dit punt herzien zodat zij ook gebruikt kunnen worden ter beoordeling van de informatieverstrekking door leveranciers via andere media dan het internet.

6.4 Contract

Contracten zijn voor consumenten niet altijd makkelijk te lezen. Sinds de volledige liberalisering van de consumentenmarkt voor elektriciteit en gas is een verscheidenheid aan contractvormen geïntroduceerd. Deze contracten verschillen veelal op details, waardoor het voor consumenten lastig is om aanbiedingen van leveranciers te vergelijken. Daarom is in het wetsvoorstel ter verbetering van het marktmodel een verplichting opgenomen om, naast eventuele andere vrije contractsvormen, levering volgens een modelcontract aan te bieden.

Het modelcontract zal consumenten in staat stellen om voor de verplichte contractsvorm de aantrekkelijkste aanbieder te selecteren. Ook moet het modelcontract voorkomen dat de consument verrast kan worden door "kleine lettertjes" in het contract. De verwachting is dat veel

consumenten voor het modelcontract kiezen waardoor het voor leveranciers aantrekkelijk wordt om scherpere aanbiedingen te doen.

6.5 Overstap

Een daadwerkelijke overstap van energieleverancier zou eigenlijk nauwelijks meer problemen meer moeten opleveren. Toch blijkt uit de tevredenheid van consumenten over het overstapproces dat het proces nog niet altijd vlekkeloos verloopt (zie ook hoofdstuk 7).

Overstappen is een administratieve handeling, waarover in de Informatiecode (zie kader IV) door de partijen op de energiemarkt heldere afspraken zijn gemaakt. De fysieke levering van gas en elektriciteit staat hier los van.

Meterstanden en opzegvergoeding reden tot klagen

Hoewel het overstapproces zagezegd steeds meer tot tevredenheid stemt, komen er bij ConsuWijzer signalen hierover binnen. Het gaat hierbij dan vaak over de in rekening gebrachte opzegvergoeding bij voortijdige opzegging van een contract met vaste looptijd. Consumenten zijn zich vaak niet bewust van de opzegvergoeding bij een contract met een vaste looptijd. Ook komen signalen binnen over de gehanteerde meterstanden op de eindafrekening. De meterstanden worden in zulke gevallen niet door de nieuwe energieleverancier opgevraagd of niet door de oude energieleverancier gehanteerd voor het opstellen van de eindafrekening. Invoering van de slimme meter zal aan deze zaken een einde maken. Consumenten weten vaak ook niet waar zij bezwaar tegen de eindafrekening kunnen indienen.

KADER IV

Uitwisseling van informatie tussen leverancier, netbeheerder en meetbedrijf

Informatiecode

Een tijdige en volledige uitwisseling van informatie tussen de netbeheerder, de leverancier en het meetbedrijf vormt een belangrijk onderdeel in de administratieve (keten-)processen die nodig zijn voor het versturen van een correcte energierekening of bijvoorbeeld het verwerken van een overstap naar een andere leveranciers of een verhuizing.

In maart 2007 heeft de NMa een eerste versie van de Informatiecode vastgesteld om dit te faciliteren. In deze Informatiecode zijn enkele belangrijke administratieve processen opgenomen. De Informatiecode is daarna een aantal keren gewijzigd en aangevuld.

De NMa heeft het voornemen om een nieuwe Informatiecode waarin alle relevante administratieve processen voor de klanten worden geregeld gelijktijdig in werking te laten treden met het wettelijk verplichte leveranciersmodel.

6.6 Afrekening

Het is voor consumenten niet altijd eenvoudig hun energierekening goed te lezen. Het onderscheid tussen transport- en leveringskosten, de BTW en energiebelasting en terugrekening naar het

leveringstarief spelen daarin mee. De invoering van het capaciteitstarief vanaf 1 januari 2009 zorgt mogelijk voor een kleine vereenvoudiging van de energierekening.

Betere Energienota's

De NMa hecht grote waarde aan de juistheid en inzichtelijkheid van de energierekening. Op dit moment is NMa in samenwerking met de energiesector bezig om de huidige vrijwillige richtlijn over energierekeningen voor consumenten aan te scherpen. Dit zal uitmonden in een nieuwe richtlijn Betere Energie Nota's (BEEN – richtlijn). Het voornemen is om deze nieuwe richtlijn medio 2010 in te laten gaan. Op dit moment voldoen al veel van de energierekeningen grotendeels aan de (ontwerp-)BEEN richtlijn.

De kern van de nieuwe richtlijn is dat consumenten een keuze krijgen uit een beknopte energierekening met minimale, maar wel essentiële informatie of een uitgebreidere en meer gespecificeerde energierekening, die zij, naar keuze, per post of per email krijgen toegezonden of die voor consumenten toegankelijk wordt via de website van de leverancier. Daarnaast krijgen consumenten de mogelijkheid om hun energieleverancier te vragen om nadere informatie die hen in staat stelt hun energierekening na te rekenen. Op die manier kunnen consumenten de energietarieven die op de energierekening worden gehanteerd vergelijken met de tarieven die bij de werving zijn genoemd en de tarieven die bij de leveringsovereenkomst zijn bevestigd. Tot slot worden de basisbegrippen en de toelichtingen die op de energierekening worden gebruikt uniform gedefinieerd. Hierdoor ontstaat bij vergelijking met de energierekening van andere energieleveranciers zo min mogelijk onduidelijkheid.

7 Overstappen

Samenvatting

Het percentage consumenten dat overstapt blijft stijgen. Niet eerder is het overstapcijfer zo hoog geweest: voor zowel elektriciteit als gas wisselde ruim 9% van de consumenten in 2008 van energieleverancier. En de stijging zet door: in de eerste helft van 2009 bedroeg het overstappercentage ruim 5%. Ook de overstapintentie is gestegen: 29% van de consumenten overweegt over te stappen naar een andere leverancier. Toch blijft de groep van consumenten die bereid is een overstap te maken beperkt. Verder blijken consumenten die eenmaal een overstap hebben gemaakt eerder geneigd dit nogmaals te doen. Veruit de meeste consumenten besluiten over te stappen op basis van het te behalen prijsvoordeel. Er is echter een aanzienlijk verschil tussen het prijsvoordeel dat de gemiddelde consument denkt te kunnen behalen bij een overstap en het prijsvoordeel waarbij hij bereid is over te stappen. De gepercipieerde kostenbesparing vormt daarmee ook een drempel. Andere belangrijke redenen om niet over te stappen zijn tevredenheid met de eigen leverancier en angst voor 'gedoe'. In internationaal perspectief is Nederland een middenmoter op het vlak van aantallen overstappers. In vergelijking met directe buurlanden kent Nederland een hoog overstappercentage.

7.1 Inleiding

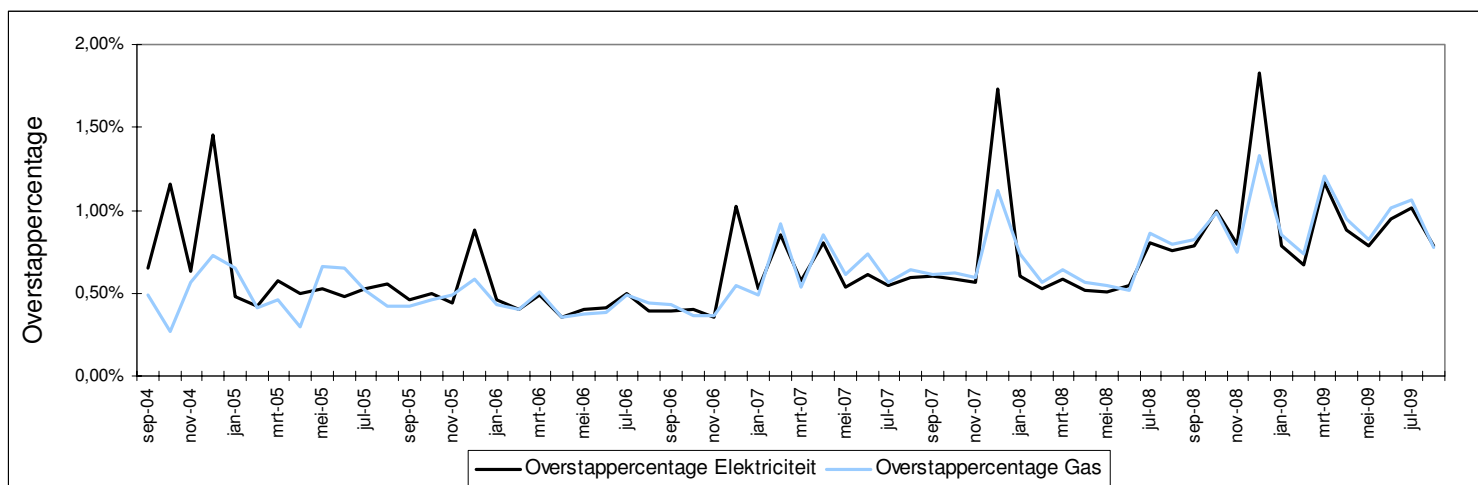
Het overstappedrag van consumenten wordt door de NMa gezien als één van de graadmeters voor een gezonde energiemarkt. Consumenten die de intentie hebben om over te stappen zorgen ervoor dat energieleveranciers druk voelen om scherpere tarieven in de markt te zetten en betere dienstverlening aan te bieden als middel om zich te kunnen onderscheiden op de markt. Allereerst zal in dit hoofdstuk de ontwikkeling van het daadwerkelijke overstappercentage van gas en elektriciteit besproken worden. Vervolgens wordt de overstapintentie van consumenten beschreven. Daarna worden de belangrijkste overstapmotieven en –drempels genoemd. Tenslotte wordt het overstappedrag van de Nederlandse consument in internationaal perspectief geplaatst.

7.2 Overstappercentage

Weer meer overstappende consumenten

Tussen 1 januari 2008 en 1 januari 2009 is 9,3% (697.967) van de huishoudens voor elektriciteit overgestapt. Voor gas is dit overstappercentage 9,1% (605.804). In de eerste helft van 2009 is 5,2% van de huishoudens overgestapt voor elektriciteit en 5,6% van de huishoudens voor gas, zie figuur 16²⁰ op de volgende bladzijde.

²⁰ Binnen een jaar kunnen huishoudens meer dan eenmaal overstappen. Deze aantallen zijn niet verrekend met de cijfers. Ook bevat het percentage overstappers de kleinzakelijke markt.



Figuur 16. Aantal doorgevoerde overstapverzoeken sinds marktopening t/m augustus 2009 (bron: EDSN)

In 2007 stapte 8,5% (elektriciteit) en 8,3% (gas) van de consumenten over. In 2006 was dit nog 5,6% (e) en 5,1% (g). Er zijn twee belangrijke overstapmomenten: in juli en december. De verklaring hiervoor ligt in het feit dat in juli en december de tarieven van de energiebedrijven gewijzigd worden. Beide momenten vormen dus natuurlijke overstapmomenten. Consumenten gaan in deze periodes actief op zoek naar een andere aanbieder²¹. Daarnaast loopt in december een groot deel van de contracten van kleinzakelijke klanten af.

Groeiende groep overstappers zorgt niet direct voor afname concentratie

Eerder werd geconstateerd dat het marktaandeel van de grootste drie energieleveranciers verder afneemt (zie hoofdstuk 3). De afname van het gezamenlijke marktaandeel over 2008 (ongeveer 2% voor zowel elektriciteit en gas) is echter kleiner dan het overstappercentage in datzelfde jaar. Dit kan betekenen dat veel consumenten overstappen van een grote leverancier naar een andere grote leverancier of tussen kleine leveranciers onderling, of dat het aantal overstappers tussen grote en kleine leveranciers en andersom elkaar in balans houdt. In ieder geval zorgt de steeds groter groeiende groep overstappers slechts in beperkte mate voor aan afname van het marktaandeel van de grote drie leveranciers.

Gas houdt gelijke tred met elektriciteit

Een andere constatering is dat de overstapperpercentages van elektriciteit en gas steeds dichterbij elkaar komen te liggen. Hieruit kan geconcludeerd worden dat consumenten steeds vaker kiezen om op één moment over te stappen voor zowel gas als elektriciteit. Of er ook gebruik wordt gemaakt van dual fuel contracten (contracten waarbij zowel gas als elektriciteit wordt afgenomen) bij één leverancier is niet bekend, maar ligt wel voor de hand²².

²¹ Opgemerkt dient te worden dat in deze overstapcijfers geen gegevens zijn opgenomen van huishoudens die kiezen voor een ander contract bij hun huidige leveranciers. Het totaal aantal consumenten dat een overstap, intern en extern, maakt is dus groter.

²² Dual fuel contracten (contracten voor gas en elektriciteit) worden vaak met een korting aangeboden. Het is dan voor een consument aantrekkelijk om beide producten af te nemen bij één leverancier.

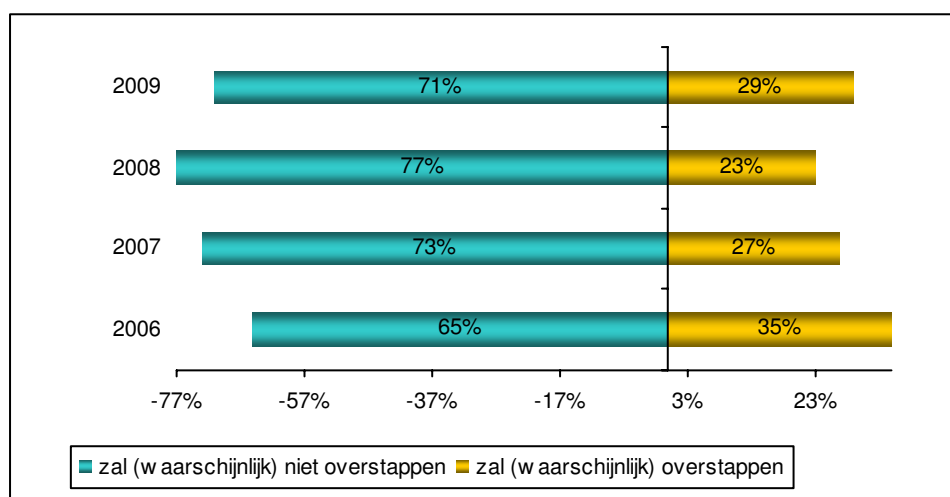
7.3 Overstapintentie

Consument wil weer meer overstappen

Een belangrijke maatstaf voor dynamiek in de markt is de bereidheid van consumenten om over te stappen naar een andere energieleverancier.

In 2009 zien we voor het eerste sinds 2007 een stijging van de intentie om over te stappen: 29% van de consumenten overweegt binnen nu en twee jaar over te stappen naar een andere energieleverancier (zie figuur 17).

Uit het onderzoek is niet te herleiden wat de reden is van de hogere overstapintentie van consumenten, maar het lijkt aannemelijk dat de intensieve wervingscampagnes van de verschillende energieleveranciers hun vruchten hebben afgeworpen. Ook kan de huidige economische situatie ertoe leiden dat consumenten kritischer naar hun energierekening kijken en overwegen om te kiezen voor een andere (goedkopere) energieleverancier. Tenslotte treedt er ook 'gewenning' op bij consumenten: het overstappen van leverancier wordt steeds meer gewoon gevonden.



Figuur 17. Overstapintentie (bron: Consumentenonderzoek NMa)

Groep van actieve consumenten blijft klein

Hoewel de hoge overstapcijfers en de stijgende intentie om te gaan overstappen duiden op een grotere dynamiek in de energiemarkt, blijft de groep van actieve consumenten relatief klein. Sinds de liberalisering is in totaal 28% van de consumenten overgestapt voor elektriciteit en/of gas. Het blijkt dat deze groep bestaat uit consumenten die vaker overstappen. De intentie om over te stappen binnen deze groep is ook nog eens flink hoger. Eerdere overstapervaring zet blijkbaar aan tot herhaald overstappen.

Concurrentiedruk neemt weer toe

De stijgende overstapintentie en het stijgende percentage van daadwerkelijke overstappers zorgt voor een grotere concurrentiedruk. Ook de dalende HHI-index (zie hoofdstuk 3) bevestigt deze constatering. Dit is een tegengesteld beeld aan dat van voorgaande jaren; in 2008 werd nog geconcludeerd dat de almaar afnemende overstapintentie kan gaan leiden tot een dalende concurrentiedruk. Deze trend lijkt vooralsnog gestopt en zelfs ten positieve gekeerd te zijn.

7.4 Overstapmotieven en -drempels

Prijsbelangrijkste reden om over te stappen

Prijs is veruit de grootste factor van belang in de overweging om over te stappen. Van alle consumenten die een overstap hebben gemaakt of de intentie hebben om dat te doen, geeft 70% aan dat prijs de belangrijkste reden was. Ontevredenheid over de service van, of klachten over de huidige leverancier is voor bijna 20% een reden om op zoek te gaan naar een andere leverancier. Opmerkelijk is dat de keuze voor groene stroom een steeds minder belangrijke reden vormt voor het overwegen van een overstap. Een reden hiervoor kan zijn dat een grote groep consumenten reeds gekozen heeft voor groene stroom (zie ook hoofdstuk 1).

Prijzdrempel relatief hoog

De prijsdrempel om over te stappen ligt relatief hoog. Uit het consumentenonderzoek blijkt dat het bij een prijsverschil van gemiddeld 168 euro per jaar pas aantrekkelijk wordt voor de consument om over te stappen naar een andere energieleverancier. Wel is deze gepercipieerde prijsdrempel ten opzichte van de vorige meting gedaald, toen was deze 180 euro.

Uit het consumentenonderzoek blijkt eveneens dat de consument een gemiddeld prijsverschil van 79 euro op jaarbasis verwacht wanneer men zou overstappen. De discrepantie tussen de verwachte en de gewenste besparing vormt daarmee een overstapdrempel.

Angst voor 'gedoe' een belangrijke, maar afnemende rem op de overstap

Als consumenten besluiten om geen overstap te maken dan is de oorzaak met name gelegen in het feit dat zij het naar hun zin hebben bij de huidige leverancier. Bijna 70% van de consumenten geeft aan dat dit de belangrijkste reden is om niet op zoek te gaan naar een andere leverancier.

Daarnaast speelt angst voor 'gedoe' een belangrijke rol. Consumenten zien op tegen de gepercipieerde administratieve rompslomp en de tijd en moeite die zij denken te moeten besteden aan het maken van een overstap. De ontwikkeling over de jaren heen laat zien dat deze angst voor administratieve rompslomp verder aan het afnemen is.

Het hebben van een contract voor een bepaalde termijn vormt ook een steeds grotere overstapdrempel (18% van de consumenten t.o.v. 15% in 2008). Dit is het logische gevolg van het feit dat steeds meer consumenten een contract voor bepaalde termijn aangaan (zie ook hoofdstuk 1). Consumenten kunnen een dergelijk contract opzeggen maar zijn dan vaak wel een opzegvergoeding verschuldigd.

'Koopjesjagers' zorgen voor dynamiek in de markt

Uit onderzoek is gebleken dat consumenten die in het verleden overgestapt zijn om andere redenen dan prijs (bijvoorbeeld naar een leverancier die enkel groene stroom en gas levert, of een leverancier die zich profileert als goede dienstverlener) minder geneigd zijn om nogmaals een overstap te maken²³. Consumenten die prijs als motivatie zien om over te stappen zullen wel sneller wederom een overstap maken indien elders een groter voordeel te behalen valt.

Leveranciers die zich als prijsvechter op de markt manifesteren lijken, aldus het onderzoek, dus meer moeite te hebben om hun klanten vast te houden dan leveranciers die zich op een andere manier in de markt zetten.

²³ Trouw en ontrouw onderzocht: klanten Oxio en Greenchoice lijken tegenpolen, Energieia, 22-04-2009

7.5 De Nederlandse energieconsument in perspectief

Nederland subtopper in Europa

In Europa neemt Nederland de vijfde plek in voor wat betreft het overstapcijfer, achter Engeland, Wallonië, Noorwegen en Zweden. Volgens onderzoek is Nederland wereldwijd een middenmoter. Nederland behoort tot de 'Actieve markten' (zie figuur 18), die gekenmerkt worden door een matig kritische consument en energiebedrijven die zich meer dienstverlenend gaan gedragen. Niettemin zijn de overstapcijfers volgens de onderzoekers voorsnog te laag om direct van invloed te zijn op het prijsvormingbeleid en winstgevendheid²⁴.

Dichterbij huis, in Vlaanderen, zijn de overstapcijfers over 2008 minder hoog dan die voor Nederland. In Vlaanderen stapte 5,6% van de consumenten over naar een andere elektriciteitsleverancier en 6,4% naar een andere leverancier van gas.

Overigens is een goede vergelijking tussen overstapcijfers van de verschillende landen in Europa (en daarbuiten) niet zonder meer te maken. Er zijn, ook binnen de landen van de EU, grote verschillen in bijvoorbeeld de marktstructuur (van met name de groothandelsmarkt) en de wijze waarop toezicht wordt gehouden op de markt, die beiden van grote invloed kunnen zijn op het overstapgedrag van consumenten.

Category	Rank	Market*
HOT	1	Victoria (Australia)
	2	South Australia (Australia)
	3	Great Britain
	4	Wallonia (Belgium)
WARM ACTIVE	5	New South Wales (Australia)
	6	Texas
	7	Queensland (Australia)
	8	Norway
	9	New Zealand
	10	Sweden
ACTIVE	11	Alberta (Canada)
	12	Netherlands
	13	Flanders (Belgium)
	14	Finland
	15	Germany
COOL ACTIVE	16	Denmark
	17	New York
	18	Spain
	19	Italy
	20	Slovenia
	21	Austria
	22	Ireland
DORMANT	Not Ranked	Czech Republic, Iceland, France, Luxemburg, Greece, Romania, Latvia, Poland, Lithuania, Bulgaria, Slovakia, Ontario (Canada), California, Maryland, Maine, New Hampshire, New Jersey, Pennsylvania, Massachusetts, Rhode Island, Connecticut, Illinois, Michigan

* Designated by country, province, or state

© Utility Customer Switching Research Project, 2008

Figuur 18. Activiteit op de energiemarkten (bron Vaasa/ETT).

Kritische consumenten en prijsvoordeel

Een assertief kritische consument (of 'desensitised customer') wordt gezien als een zeer belangrijke determinant voor het overstapgedrag van een consument²⁵. De eerste stappen hiertoe zijn in Nederland al gezet: er is meer informatie beschikbaar, er is meer media-aandacht, en consumenten zelf krijgen steeds meer ervaring met het overstappen (of horen hierover van anderen). Een andere belangrijke factor die van belang is voor een hogere overstapintentie is de (gepercipieerde) kostenbesparing en de prijsdrempel waarbij het voor consumenten aantrekkelijk wordt om over te stappen (zie ook eerder in dit hoofdstuk). Zoals eerder vermeldt verwachten consumenten per jaar bij een overstap 79 euro te besparen, terwijl de overstapdrempel voor de consument ligt op 168 euro.

²⁴ World Energy Retail Market Ranking, fourth edition – October 2008, Utility Customer Switching research Project, Vaasa ETT

²⁵ World Energy Retail Market Ranking, fourth edition – October 2008, Utility Customer Switching research Project, Vaasa ETT

8 Marktvertrouwen

Samenvatting

Het vertrouwen van consumenten in de energiemarkt laat een tweeledig beeld zien: aan de ene kant kan er gesteld worden dat consumenten zeer tevreden zijn met hun eigen energieleverancier. Zij vertrouwen erop dat hun eigen leverancier de dienstverlening op orde heeft. Aan de andere kant hebben consumenten weinig vertrouwen in het functioneren van de energiemarkt als geheel. Oorzaken hiervan zijn het gebrek aan inzichtelijkheid, de als ongewenst ervaren internationalisering en de onduidelijke en weinig zichtbare rol van de toezichhouder.

8.1 Algemeen

Het vertrouwen van consumenten in de energiemarkt is van invloed op een goede werking van die energiemarkt. Consumenten die voldoende vertrouwen hebben in de markt en zijn spelers zullen eerder besluiten om daar actief deel van uit te maken. Dit zal op zijn beurt de energiebedrijven prikkelen om goedkopere tarieven te hanteren en betere dienstverlening aan te bieden aan consumenten.

8.2 Beïnvloedingsfactoren marktvertrouwen

Het vertrouwen van consumenten in het eigen energiebedrijf is hoog

Het vertrouwen van consumenten in het eigen energiebedrijf kan als hoog worden beschouwd. Dit is af te leiden uit de hoge mate van tevredenheid over de dienstverlening van de eigen leverancier: bijna 80% van de consumenten zegt heel tevreden hierover te zijn (zie ook hoofdstuk 5). Deze tevredenheid omvat alle aspecten die dienstverlening aangaan: van het afhandelen van vragen of klachten tot de tevredenheid over de facturering.

Het vertrouwen van consumenten in de energiemarkt daalt

Het vertrouwen van consumenten in het functioneren van de energiemarkt als geheel laat een heel ander beeld zien. Consumenten staan meer dan voorheen wantrouwend tegenover de energiemarkt als het gaat om de transparantie van de energiemarkt als geheel, en specifiek de transparantie van energiebedrijven bij werving. Maar ook de onduidelijke en te weinig zichtbare rol van de overheid op de energiemarkt, met name waar het tarieven en tariefontwikkeling aangaat draagt bij aan het lage vertrouwen van de consumenten in de energiemarkt.

De inzichtelijkheid in de energiemarkt blijft voor veel consumenten laag

Voor een meerderheid van de consumenten is de energiemarkt niet inzichtelijk. Slechts 24% van de consumenten geeft aan de energiemarkt inzichtelijk te vinden. Ook voorgaande jaren was dit al het geval, maar het aantal consumenten dat zegt de markt inzichtelijk te vinden daalt (van 28% in 2008 naar 24% in 2009)

Voor een deel wordt dit beeld veroorzaakt doordat meer energiebedrijven actief aan het werven zijn. Hierdoor worden meer consumenten dan voorheen geconfronteerd met aanbiedingen die in de ogen van consumenten onduidelijk zijn (zie ook hoofdstuk 6.3). Zo is het voor de consumenten onduidelijk welke gevolgen de keuze van een specifiek contract met zich meebrengt. Echter, ook als

consumenten zelf op zoek gaan naar informatie, bijvoorbeeld door het gebruik maken van een prijsvergelijkingwebsite, geeft slechts 30% van de consumenten aan de aangetroffen informatie inzichtelijk te vinden (zie ook hoofdstuk 6.2).

Consumenten wensen een strenge toezichthouder

Een ander aspect dat van invloed is op het vertrouwen van consumenten in de energiemarkt is de wijze waarop zij de rol van de overheid beschouwen. Consumenten hebben behoefte aan een strenge toezichthouder op bijvoorbeeld het prijsbeleid van de energiebedrijven: 68% van de consumenten geeft aan dat zij liever een strenge controle op de prijs heeft dan een prijs die afhankelijk is van een vrije markwerking. Tegelijkertijd kennen consumenten de overheid weinig invloed op dit aspect toe: slechts 13% van de consumenten denkt dat de overheid daadwerkelijk invloed kan uitoefenen op de prijs van elektriciteit en gas. Deze laatste constatering hangt ook samen met de relatieve onbekendheid met een specifieke toezichthouder op de energiemarkt: 33% van de consumenten is bekend met het bestaan van de Energiekamer van de NMa. Het blijkt wel dat als consumenten bekend zijn met de Energiekamer en haar activiteiten, de toegekende invloed hoger wordt geacht.

Consumenten zien internationalisering van de energiemarkt als negatieve ontwikkeling

Het vertrouwen van consumenten is eveneens afhankelijk van de veranderingen op de Nederlandse energiemarkt. In 2009 is een aantal grote overnames bekend gemaakt door buitenlandse energiebedrijven. Nauwelijks 10% van de consumenten staat positief tegenover dergelijke ontwikkelingen. In de perceptie van consumenten leidt de internationalisering van de energiemarkt tot verlies van controle op de energievoorziening en tot verhoging van de prijzen.

Het consumentenvertrouwen als geheel is gedaald

Bovengenoemde ontwikkelingen kunnen uiteraard niet los worden gezien van de algehele daling van het consumentenvertrouwen in de Nederlandse economie. Hoewel in het vierde kwartaal van 2008 een absoluut dieptepunt is bereikt en sindsdien consumenten minder somber zijn gaan oordelen over de Nederlandse economie, zijn consumenten in 2009 nog overwegend negatief gestemd²⁶. Dit heeft vanzelfsprekend gevolgen voor de wijze waarop men oordeelt over de energiemarkt. Tenslotte wordt in het huidige tijdsvlak de vrije marktgedachte minder enthousiast omarmd dan een aantal jaar geleden. Deze kritische houding van de samenleving ten opzichte van de werking van de vrije markt uit zich ook in de wijze waarop in de media over de energiemarkt wordt bericht. Logischerwijze heeft dit zijn weerslag op het oordeel van consumenten op de energiemarkt.

²⁶ Bron: CBS, Verwachtingsindicatoren Conjunctuur, Consumentenvertrouwen: (<http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/dossiers/conjunctuur/publicaties/artikelen/archief/2009/2009-2922-wm.htm>)