

Tendrapportage Marktwerving en Consumentenvertrouwen in de energiemarkt

Tweede halfjaar 2015



**Autoriteit
Consument & Markt**





Samenvatting

Stijgende trend overstappers

Sinds de liberalisering van de energiemarkt in 2004 is 49% van de consumenten overgestapt naar een andere energieleverancier. In 2015 is iets meer dan 15% van de consumenten overgestapt naar een andere energieleverancier, waarmee de overstaptrend sinds 2010 stijgende is. Overstappende consumenten zijn eerder bereid nogmaals over te stappen. Deze groep consumenten geeft in meerderheid (66%) aan waarschijnlijk of misschien binnen nu en twee jaar weer over te stappen. In Europees perspectief behoort Nederland inmiddels tot respectievelijk de top 4 (voor elektriciteit) en de top 3 (voor gas) als het gaat om het percentage overstappende consumenten en scoort ruim boven het EU-gemiddelde van 6%.

Grote besparing mogelijk op groene stroom uit Nederland

Het grote aantal afnemers van groene stroom heeft de laatste jaren ertoe geleid dat de diversiteit in het aanbod van stroom is toegenomen. Consumenten hebben nu dus ook meer te kiezen. Tegelijkertijd is uit onderzoek van ACM gebleken dat consumenten bewust hun groene stroom moeten kiezen, omdat hier grote prijsverschillen in kunnen optreden. Zo kan het verschil in jaarkosten tussen het duurste en goedkoopste product met stroom die is opgewekt door windmolens in Nederland oplopen tot €133.

Misvattingen over de energiemarkt zorgen voor overstapdrempel

Driekwart van de niet overstappende consument blijft niet bereid om een overstap te maken. Een belangrijke reden voor consumenten uit deze groep om wel over te stappen is wanneer zij kunnen besparen op hun maandelijkse kosten (38%). De verwachte besparing bij consumenten (€123) blijkt echter in de meeste gevallen lager te liggen dan de gemiddelde werkelijke besparing. Bovendien verwacht een ruime minderheid (36%) dat je veel geld kan besparen met een overstap. Daarnaast bestaat bij een meerderheid van de consumenten (60%) het idee dat je niet hoeft over te stappen indien je huidige leverancier bij de voordeligste aanbieders staat. Dit is in de meeste gevallen een onterechte aanname, die zorgt voor een verhoging van de overstapdrempel. Een deel van de consumenten (46%) associeert overstappen met gedoe, terwijl de groep overstappende consumenten juist zeer tevreden is met de afhandeling van een overstap.

Consumenten tevreden over dienstverlening energieleverancier

Energiebedrijven hebben tevreden klanten. Een overgrote meerderheid van de consumenten (80%) is tevreden over de totale dienstverlening van hun energieleverancier. Opvallend hierbij is echter dat minder dan een vijfde van de consumenten vertrouwen heeft in energieleveranciers in het algemeen. Consumenten die nooit zijn overgestapt hebben weer vaker vertrouwen (26%) in energieleveranciers dan consumenten die zijn overgestapt (13%).

Prijs en advies van familie of vrienden zijn belangrijke overstapprikkels

De meeste consumenten zijn met lage prijzen over te halen voor een overstap. De prijsdrempel



om over te stappen is in het laatste halfjaar van 2015 echter hoger geworden. Bij een overstap wensen consumenten gemiddeld €185 te besparen. Zij schatten echter in dat de daadwerkelijke besparing gemiddeld €123 is. Andere aspecten dan prijs spelen bij een overstap ook een rol, maar zijn voor de meeste groepen consumenten minder belangrijk. Voor consumenten die intern zijn overgestapt, geldt echter dat een persoonlijk aanbod van hun energieleverancier de belangrijkste prikkel is om van contract te wisselen. Consumenten die langer dan drie jaar geleden zijn overgestapt, geven vaker dan andere consumenten aan dat een advies van vrienden of familie over de voordelen van overstappen, leidt tot overstappen.

Prijzen dalen

Zowel elektriciteit als gas is goedkoper geworden in 2015. Een gemiddeld huishouden in Nederland betaalt op 1 januari 2016 ongeveer €70 minder voor de energierekening dan een jaar eerder. Niettemin beoordelen de meeste consumenten de energieprijzen als hoog. De verschillen in energiekosten kunnen voor een gemiddeld huishouden flink uiteenlopen. Indien consumenten gebruik maken van het meest voordelige aanbod op een prijsvergelijker, kan het verschil tussen het goedkoopste en duurste contract (voor zowel elektriciteit als gas) oplopen tot €374. Dit geldt met name voor consumenten die nog nooit zijn overgestapt en een relatief duur contract hebben bij hun energieleverancier.

Concentratie daalt

De energiemarkt voor consumenten blijft een geconcentreerde markt. De drie grootste energiebedrijven hebben ongeveer 77% van de markt in handen. Sinds januari 2012 daalt het marktaandeel van de grote drie energiebedrijven wel geleidelijk. Dit komt mede door een toename in het aantal energieleveranciers. Inmiddels zijn er meer dan 50 vergunning houdende leveranciers.



Inleiding en leeswijzer

Doel van dit energierapport

In deze rapportage treft u de ontwikkeling aan van een aantal kernindicatoren van de energiemarkt voor consumenten. Het doel hiervan is om u een actueel inzicht te geven in belangrijke trends op de energiemarkt voor consumenten.

Aanpak en indicatoren

De rapportage brengt aan de hand van een aantal kernindicatoren de marktuitskomsten en structuur van de consumentenmarkt voor energie in kaart en het gedrag van de consument.¹ Het geeft de ontwikkeling van de markt weer middels een aantal figuren en feitelijke gegevens over achtereenvolgens het vertrouwen van de consument in de energiemarkt en de tevredenheid over de dienstverlening van het energiebedrijf, de vraag naar producten, de prijzen en prijsverschillen, het overstapgedrag van de consument en de concentratie van de energiemarkt voor consumenten.

¹ Voor dit rapport zijn twee hoofdbronnen gebruikt. Enerzijds is gebruik gemaakt van informatie afkomstig van energieleveranciers, anderzijds is gebruik gemaakt van het consumentenonderzoek dat de ACM laat doen, namelijk in juni en december van elk jaar.



Inhoudsopgave

1	Tevredenheid en vertrouwen van de consument	6
1.1	Vertrouwen en tevredenheid dienstverlening	6
2	Overstappen	8
2.1	Aandeel overstappers en overstapbereidheid	8
2.2	Redenen om over te stappen	10
2.3	Overstapdrempels	11
2.4	Consumentenpercepties en de energiemarkt.....	14
3	Informatiebehoefte	16
4	Producten	18
4.1	Duurzame producten	18
5	Prijzen en prijsverschillen	19
5.1	Opbouw energierekening.....	19
5.2	De energieprijzen: perceptie consument	19
5.3	Prijzen elektriciteit en gas	20
5.4	Prijsverschillen	21
5.4.1	Prijsverschillen elektriciteit – wind energie uit Nederland.....	22
6	Concentratie van de markt	24

Lijst van Figuren

Figuur 1	Consumentenvertrouwen in energieleveranciers (% van alle consumenten)	6
Figuur 2	Tevredenheid over de dienstverlening eigen energiebedrijf (% van alle consumenten). 7	
Figuur 3	Overstapperpercentage per jaar voor elektriciteit en gas tot 1 januari 2016 (bron: Energie-Nederland)	8
Figuur 4	overstappedrag consument (% van alle consumenten)	9
Figuur 5	Aantal malen dat consumenten overstappen (% van het totaal aantal overstappende consumenten)	9
Figuur 6	Bereidheid om binnen nu en 2 jaar over te stappen naar een andere energieleverancier (% van alle consumenten)	10
Figuur 7	Aanleiding om een overstap te overwegen (basis: alle respondenten die (ooit) zijn overgestapt of zijn overgestapt bij hun eigen energieleverancier)	11
Figuur 8	Redenen om niet over te stappen naar een andere energieleverancier (basis: alle respondenten die nog nooit zijn overgestapt op een andere energieleverancier)	12
Figuur 9	Redenen om toch in actie te komen – niet overstappers (% consumenten die nog nooit zijn overgestapt naar een andere energieleverancier)	13
Figuur 10	Prijzdrempel voor het maken van een overstap naar een andere leverancier (% consumenten die zullen overstappen op basis van prijsvoordeel)	14



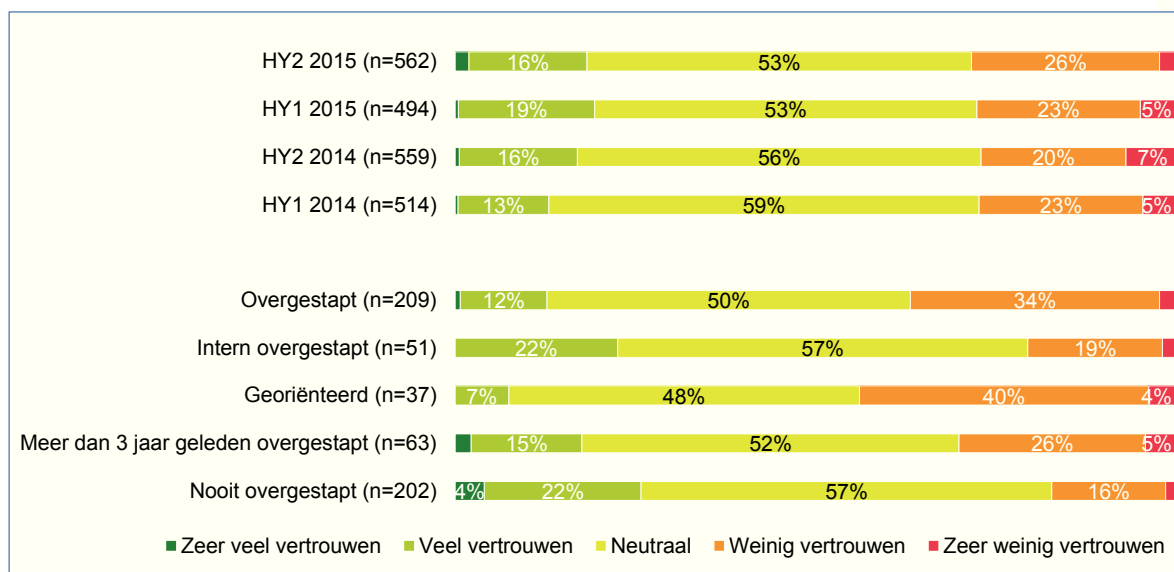
Figuur 11 Stellingen over consumenten en overstappen (% van alle respondenten).....	15
Figuur 12 Stellingen over consumenten en overstappen (% van alle respondenten).....	15
Figuur 13 Gebruikte informatiebronnen (basis: alle respondenten die zijn overgestapt (bij hun eigen energieleverancier) of zich alleen hebben georiënteerd.....	16
Figuur 14 Kanaal afsluiten contract (basis: alle respondenten die zijn overgestapt)	17
Figuur 15 Vergelijkbaarheid en begrijpelijkheid informatie op prijsvergelijkers (basis: alle consumenten die zich hebben georiënteerd via een prijsvergelijker)	17
Figuur 16 Soort contract naar looptijd, afname door consument (bron: leveranciers)	18
Figuur 17 Groene en grijze stroomcontracten voor huishoudelijke afnemers (bron: leveranciers)	18
Figuur 18 Opbouw energierekening voor een gemiddeld huishouden op 1 januari 2015.....	19
Figuur 19 Prijsperceptie consumenten (basis: alle respondenten)	20
Figuur 20 Ontwikkeling gemiddelde jaarkosten voor grijze stroom voor een gemiddeld huishouden	20
Figuur 21 Ontwikkeling gemiddelde jaarkosten voor gas voor een gemiddeld huishouden	21
Figuur 22 Prijsverschillen van alle dual fuel contracten op drie prijsvergelijkers (peildatum maart 2016).....	22
Figuur 23 Prijsverschillen tussen elektriciteitscontracten waarbij de opwekking gebeurt door windmolens in Nederland (peildatum januari 2016)	23
Figuur 24 Ontwikkeling van de C3-index sinds de marktopening (bron: leveranciers)	24
Figuur 25 Ontwikkeling van de HHI sinds de marktopening (bron: leveranciers)	24



1 Tevredenheid en vertrouwen van de consument

1.1 Vertrouwen en tevredenheid dienstverlening

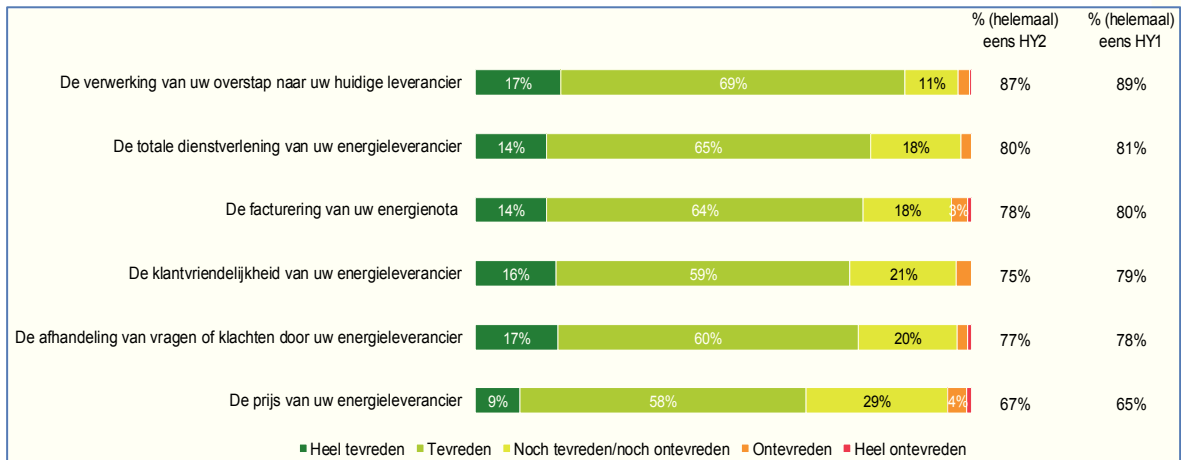
Net als het voorgaande jaar vindt ruim een kwart van alle consumenten dat energieleveranciers het belang van klanten niet voor ogen heeft (figuur 1). Consumenten die nog nooit zijn overgestapt naar een andere energieleverancier hebben significant meer vertrouwen (26%) in energieleveranciers dan consumenten die wel een overstap hebben gemaakt (13%).



Figuur 1 Consumentenvertrouwen in energieleveranciers (% van alle consumenten)²

Consumenten zijn over het algemeen tevreden over de dienstverlening van hun energieleverancier. Van de totale groep consumenten is slechts 2% ontevreden over de totale dienstverlening van de huidige leverancier (figuur 2). Het minst tevreden zijn consumenten over de prijs van hun huidige energieleveranciers. Consumenten zijn relatief het meest tevreden over de verwerking van hun overstap. Ten opzichte van de eerste helft van 2015 is te zien dat consumenten relatief minder tevreden zijn geworden over de meeste elementen van de dienstverlening van hun energieleverancier.

² Vraag: In hoeverre heeft u er vertrouwen in dat energieleveranciers het belang van klanten scherp voor ogen houden? U kunt hierbij o.a. denken aan het bieden van een goede prijs-kwaliteitverhouding en het bieden van een goede dienstverlening.



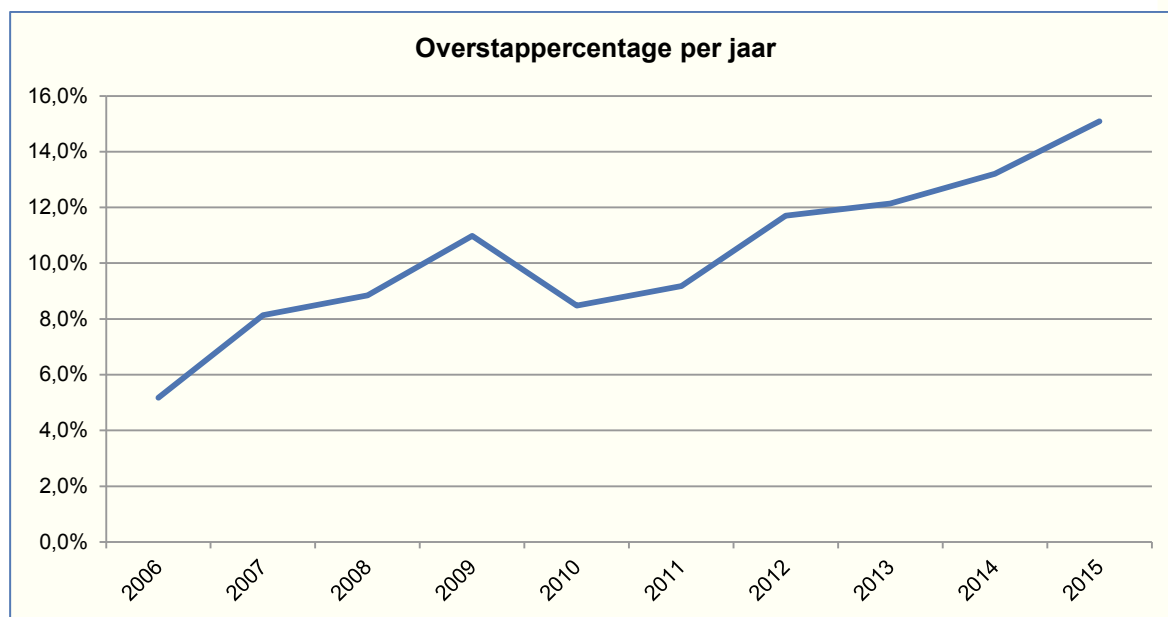
Figuur 2 Tevredenheid over de dienstverlening eigen energiebedrijf (% van alle consumenten).



2 Overstappen

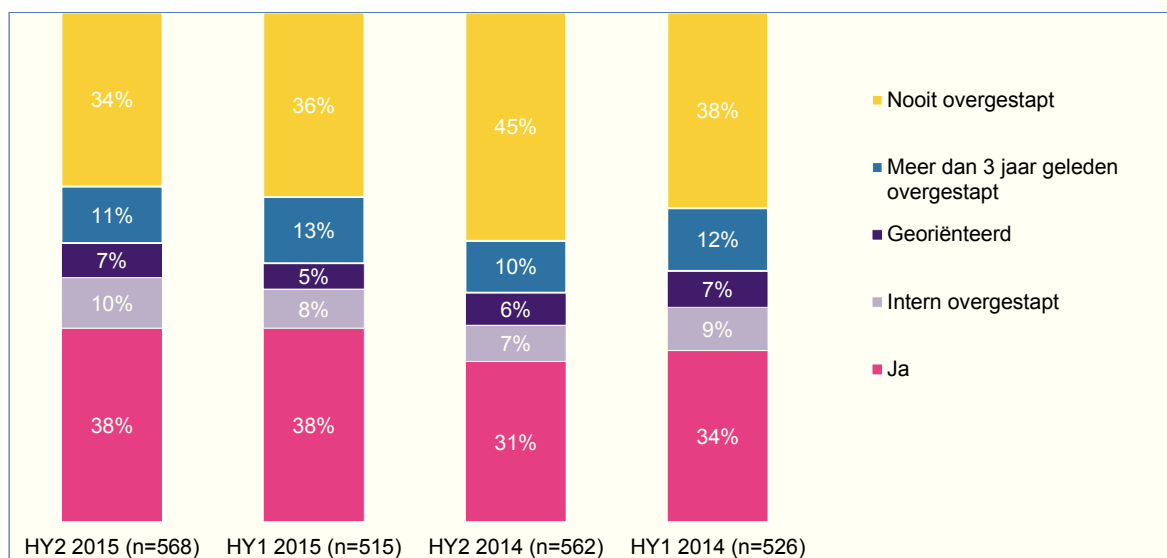
2.1 Aandeel overstappers en overstapbereidheid

Tussen 1 januari 2015 en 1 januari 2016 stapte 15,1% van alle huishoudens over naar een andere leverancier van elektriciteit en gas (figuur 3). In de vergelijkbare periode in 2014 stapte 13,2% over naar een andere leverancier.



Figuur 3 Overstappercentage per jaar voor elektriciteit en gas tot 1 januari 2016 (bron: Energie-Nederland)

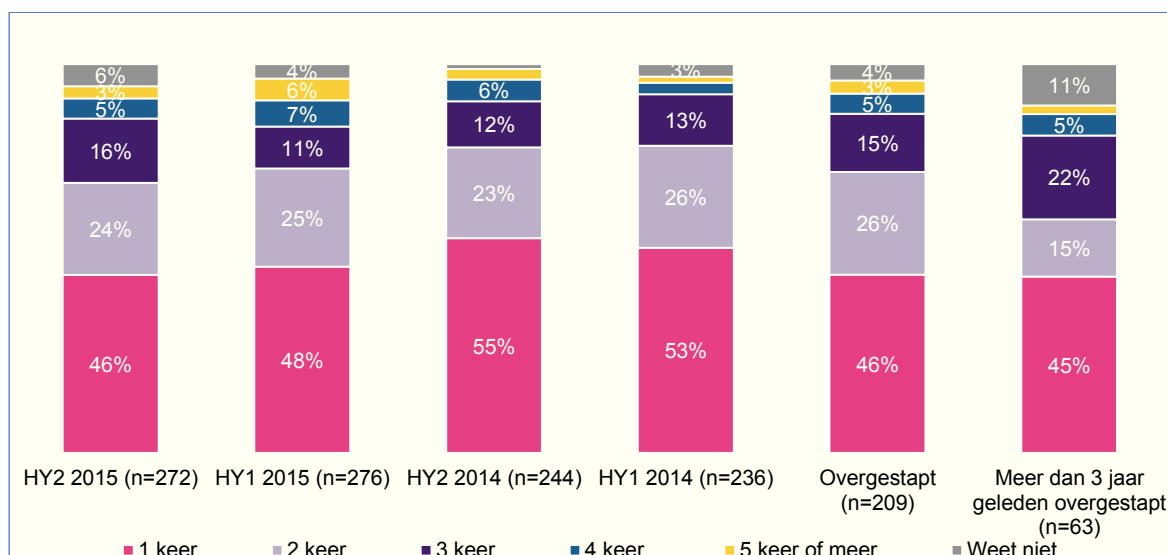
Van alle consumenten is 38% niet langer dan drie jaar geleden overgestapt naar een andere leverancier (figuur 4). Dit is een stijging van 7% ten opzichte van dezelfde periode vorig jaar. Elf procent is meer dan drie jaar geleden overgestapt en 10% heeft een ander contract gekozen bij zijn eigen leverancier. Zeven procent van alle consumenten geeft aan zich wel georiënteerd te hebben, maar niet te zijn overgestapt en 34% geeft aan nooit te zijn overgestapt.



Figuur 4 overstapgedrag consument (% van alle consumenten)

Inmiddels is, sinds de liberalisering van de energiemarkt in 2004, meer dan de helft van alle consumenten overgestapt van energieleverancier of van contract gewisseld bij zijn eigen energieleverancier (figuur 4). Consumenten die ooit zijn overgestapt naar een andere energieleverancier hebben dit in minder dan de helft van de gevallen (46%) één maal gedaan (Figuur 5). Dit zijn minder consumenten dan in dezelfde periode een jaar geleden. 24% heeft dit twee maal gedaan en 16% drie keer. Gemiddeld zijn overstappende consumenten bijna 2 maal overgestapt (1,9) van energieleverancier.

9/24



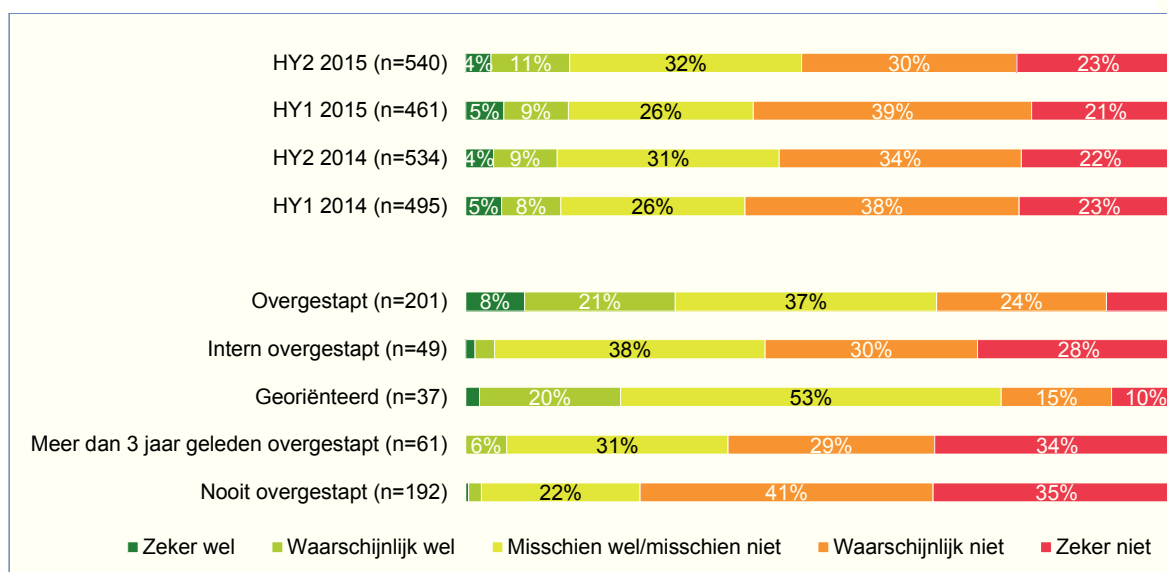
Figuur 5 Aantal malen dat consumenten overstappen (% van het totaal aantal overstappende consumenten)

In Europees perspectief behoort Nederland inmiddels tot respectievelijk de top 4 (voor elektriciteit) en de top 3 (voor gas) als het gaat om het percentage overstappende consumenten



en scoort ruim boven het EU-gemiddelde van 6%.³

De overstapbereidheid is in 2015 licht gestegen ten opzichte van 2014. 47% van de consumenten geeft aan binnen nu en twee jaar zeker of misschien over te willen stappen naar een andere energieleverancier (figuur 6). Bij de groep consumenten die nooit is overgestapt blijft deze intentie het kleinst; 76% van deze consumenten geeft aan waarschijnlijk niet, of zeker niet, over te gaan stappen naar een andere energieleverancier. Consumenten die al eens zijn overgestapt naar een andere leverancier, zijn vaker bereid om weer over te stappen (66%).

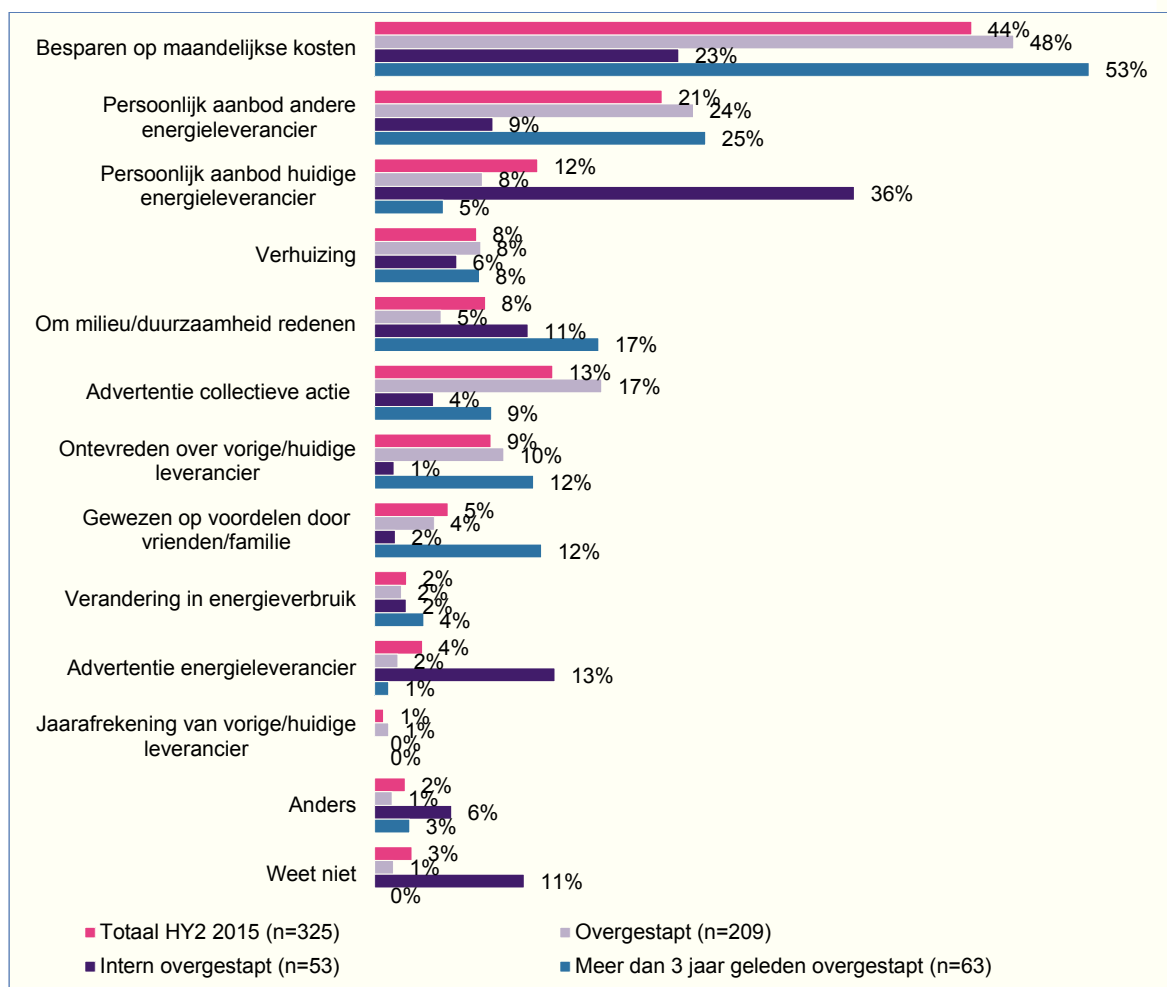


Figuur 6 Bereidheid om binnen nu en 2 jaar over te stappen naar een andere energieleverancier (% van alle consumenten)

2.2 Redenen om over te stappen

Prijs blijft de belangrijkste aanleiding om een overstap te maken (figuur 7). Voor 48% van de overstappers is dit het geval. 12% van de consumenten die meer dan drie jaar geleden zijn overgestapt, geven aan dat het advies van vrienden en familie aanleiding is geweest om over te stappen. Het blijkt ook dat een persoonlijk aanbod (36%) of een advertentie (13%) van de huidige energieleverancier voor de interne overstappers een aanleiding is geweest om een overstap te overwegen. Duurzame redenen zijn niet voor alle consumenten aanleiding om over te stappen. Wanneer we echter kijken naar de prijsverschillen tussen groene stroom producten in 5.4.1., kunnen consumenten flink besparen op hun kosten.

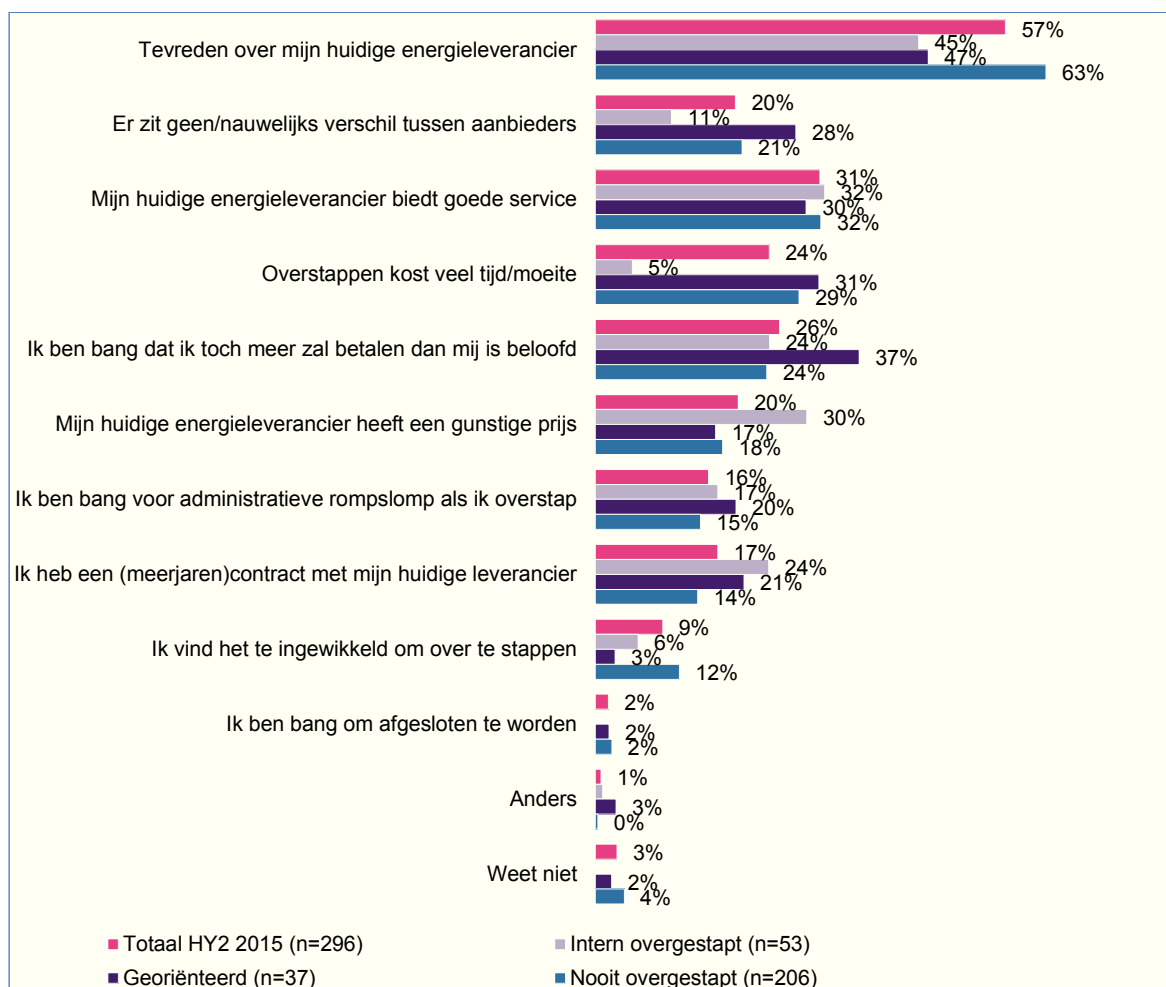
³ Bron: ACER Market Monitoring Report 2015



Figuur 7 Aanleiding om een overstap te overwegen (basis: alle respondenten die (ooit) zijn overgestapt of zijn overgestapt bij hun eigen energieleverancier)

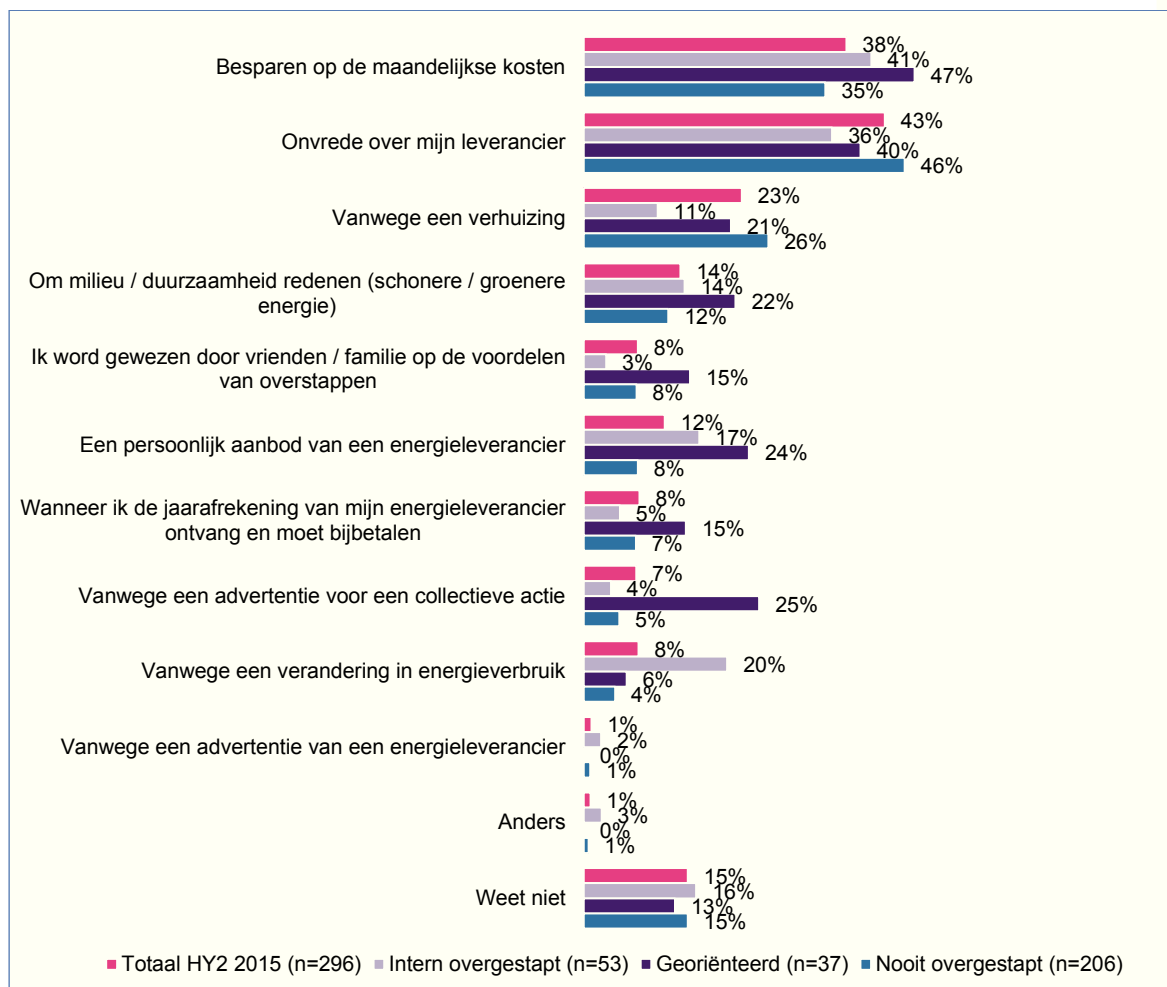
2.3 Overstapdrempels

Consumenten zijn in overgrote meerderheid zeer te spreken over hun eigen energieleverancier (zie hoofdstuk 1). Deze tevredenheid is ook een grote overstapdrempel. 57% van de consumenten die nog nooit is overgestapt naar een andere energieleveranciers zegt niet over te stappen naar een andere energieleverancier omdat ze tevreden zijn met de huidige leverancier (figuur 8). Opmerkelijk is dat de groep consumenten die zich wel heeft georiënteerd, maar niet is overgestapt, meer dan andere groepen consumenten aangeeft dat zij geen verschil zien tussen energieleveranciers (28%), en bang zijn dat ze meer moeten betalen dan ze is beloofd (37%).



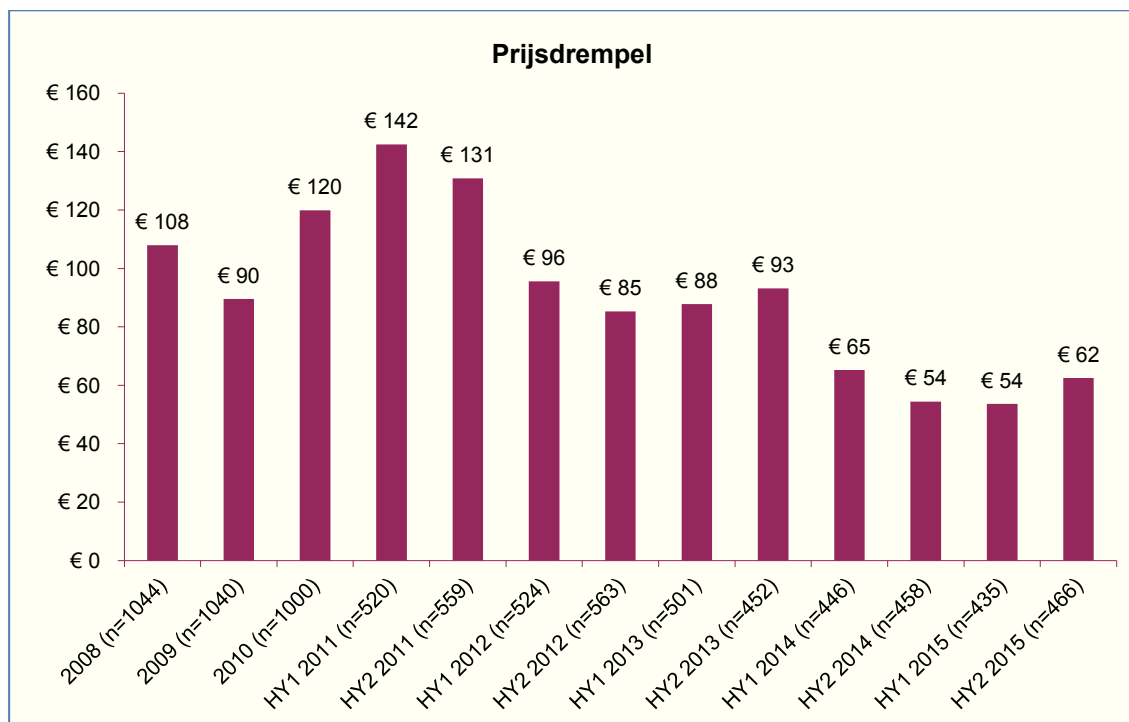
Figuur 8 Redenen om niet over te stappen naar een andere energieleverancier (basis: alle respondenten die nog nooit zijn overgestapt op een andere energieleverancier)

Voor de consument die nog nooit is overgestapt blijft de grote tevredenheid met de huidige leverancier de belangrijkste reden om geen overstap te overwegen. Mochten deze consumenten tóch een overstap willen overwegen, dan zou dit vooral uit onvrede over de huidige leverancier zijn, en uiteindelijk ook vanwege een besparing op de maandelijkse energiekosten (figuur 9). De oriënterende consument blijkt gevoelig te zijn voor collectieve overstapinitiatieven en persoonlijke aanbiedingen van energieleveranciers. Consumenten die intern zijn overgestapt, geven aan in actie te komen wanneer hun energieverbruik wijzigt.



Figuur 9 Redenen om toch in actie te komen – niet overstappers (% consumenten die nog nooit zijn overgestapt naar een andere energieleverancier)

De prijsdrempel om over te stappen is in de tweede helft van 2015 gestegen naar €62 (figuur 10). De prijsdrempel is het verschil tussen wat consumenten wensen te besparen (€185), en verwachten te besparen (€123). De prijsdrempel is gestegen, omdat consumenten de kostenbesparing bij een overstap €8 lager inschatten ten opzichte van een half jaar eerder. De werkelijke gemiddelde prijsvoordelen kunnen in sommige gevallen echter nog groter zijn (zie ook 5.4 Prijsverschillen).

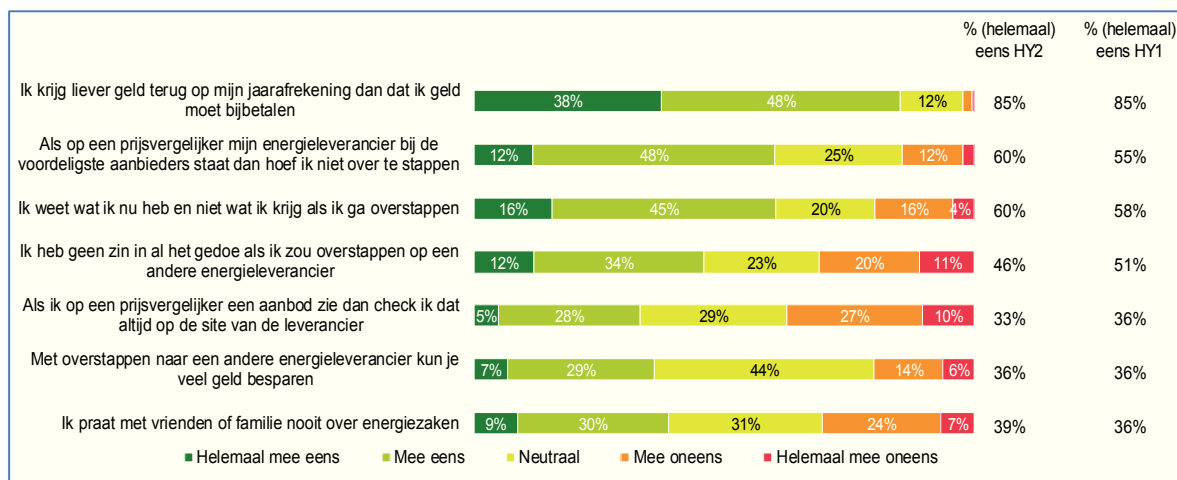


Figuur 10 Prijzdrempel voor het maken van een overstap naar een andere leverancier (% consumenten die zullen overstappen op basis van prijsvoordeel)

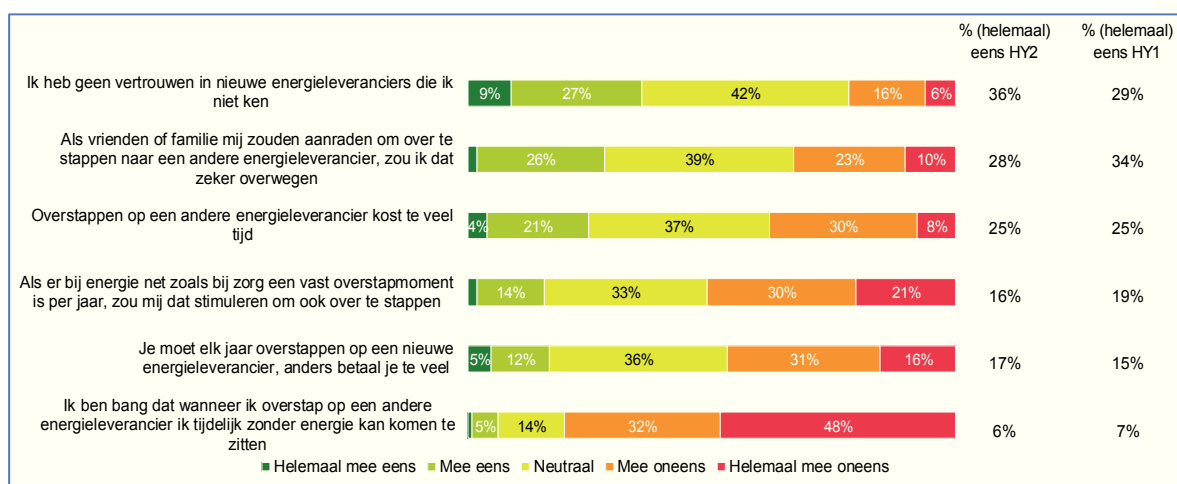
De tijd die consumenten nodig hebben voor het uitzoeken van een passende energieleverancier kan ook als een overstapdrempel gezien worden. Consumenten verwachten dat zij hiervoor gemiddeld iets meer dan 2 uur nodig hebben. Van de consumenten die al eens zijn overgestapt, verwacht 61% binnen 2 uur een passende energieleverancier te hebben gekozen. Slechts 37% van de consumenten die nog nooit zijn overgestapt verwacht hier minder dan 2 uur voor nodig te hebben.

2.4 Consumentenpercepties en de energiemarkt

Figuren 11 en 12 geven de reacties van consumenten weer op stellingen die een aantal mogelijke mispercepties over de energiemarkt kunnen blootleggen. Deze mispercepties verhogen mogelijk de drempel om over te stappen naar een andere energieleverancier. Zo leeft bij een meerderheid van de consumenten (60%) het idee dat als de huidige energieleverancier bij de voordeligste aanbieders staat, hij niet hoeft over te stappen. Dit is een misvatting omdat de kosten van het huidige contract van de consument, zeker van de groep consumenten die nooit is overgestapt, niet gelijk zijn aan de kosten van de meest voordelige aanbiedingen.



Figuur 11 Stellingen over consumenten en overstappen (% van alle respondenten)



Figuur 12 Stellingen over consumenten en overstappen (% van alle respondenten)

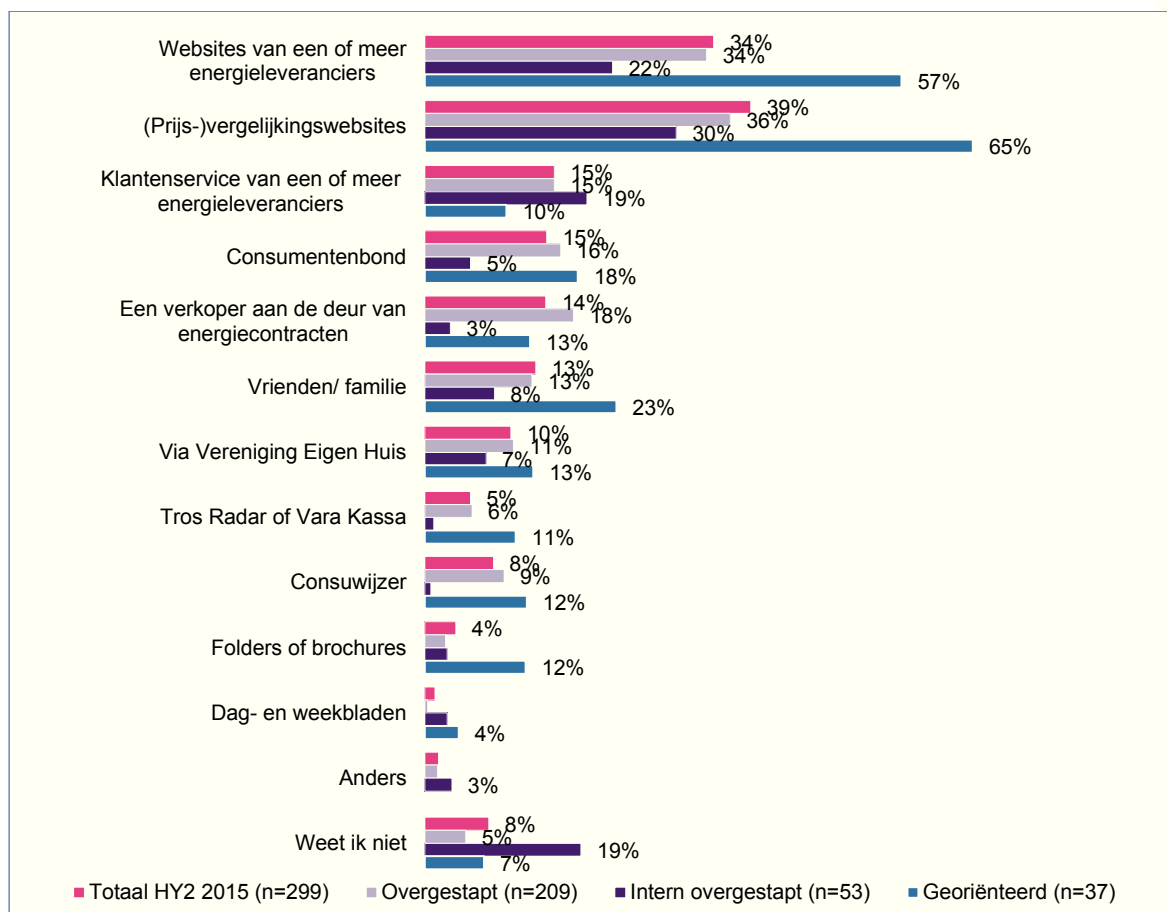
Veel consumenten lijken het overstappen naar een andere energieleverancier te associëren met gedoe. Net iets minder dan de helft van de consumenten (46%) heeft geen zin in 'al het gedoe' bij het overstappen naar een andere energieleverancier. Ook blijkt dat de meerderheid van de consumenten (60%) weet wat hij nu heeft en niet te kunnen inschatten wat hij krijgt bij een overstap.

Tenslotte blijkt energie nog geen onderwerp waarover wordt gepraat met vrienden of familie, 31% van de consumenten doet dit wel. Een advies van familie of vrienden om over te stappen verhoogt echter wel de overstapintentie; 28% van de consumenten zou een overstap absoluut overwegen na een dergelijk advies. Zonder zo'n advies blijft de overstapintentie om zeker over te stappen op 15% steken (figuur 6).



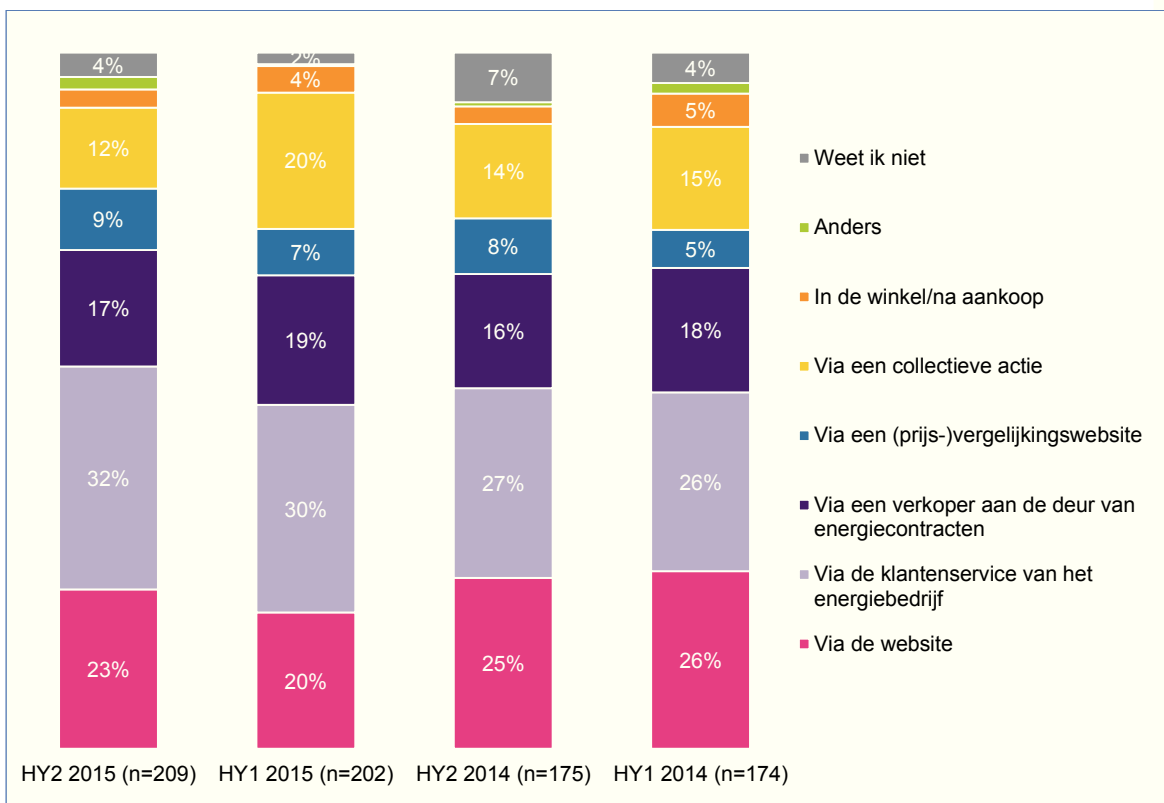
3 Informatiebehoefte

Websites van energieleveranciers en prijsvergelijkers blijven de meest gebruikte informatiebronnen voor consumenten (figuur 13). Naast deze bronnen zijn vrienden en familie ook een veel gebruikte bron van informatie voor consumenten die zich alleen georiënteerd hebben. Het lijkt erop dat consumenten die intern zijn overgestapt dit met name hebben gedaan nadat zij contact hebben gehad met hun eigen energieleverancier.



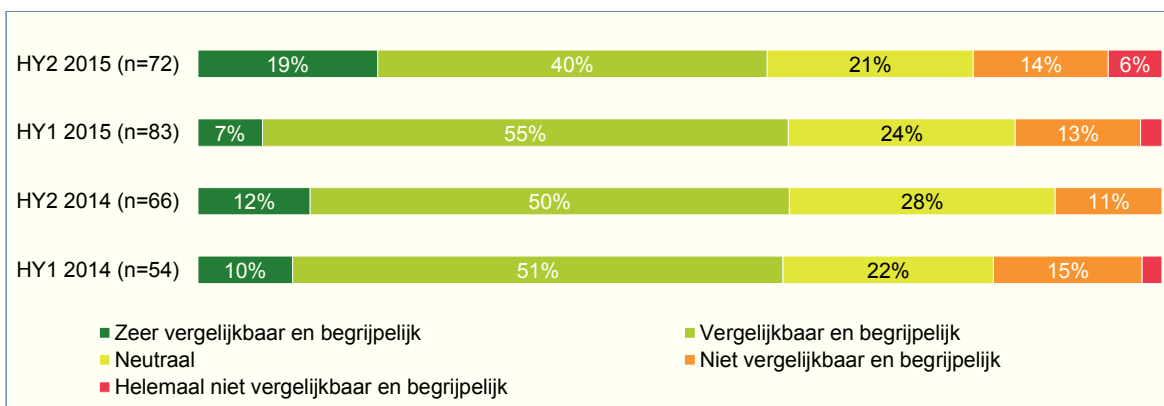
Figuur 13 Gebruikte informatiebronnen (basis: alle respondenten die zijn overgestapt (bij hun eigen energieleverancier) of zich alleen hebben georiënteerd)

Het oriëntatiekanaal komt niet per sé overeen met het kanaal waar het uiteindelijke contract wordt gesloten. De grootste groep consumenten die is overgestapt sluit het contract af via de klantenservice van de energieleverancier, of via de website van een energieleverancier (figuur 14). 17% van de overstappers sluit het contract via een verkoper aan de deur en 12% via een collectieve actie. Slechts 9% sluit het contract via een prijsvergelijker, terwijl dit wél een belangrijk kanaal is in de oriëntatiefase.



Figuur 14 Kanaal afsluiten contract (basis: alle respondenten die zijn overgestapt)

De aangeboden informatie op websites van prijsvergelijkers wordt door een meerderheid (59%) van de consumenten die ervan gebruik hebben gemaakt als vergelijkbaar en begrijpelijk (figuur 15).

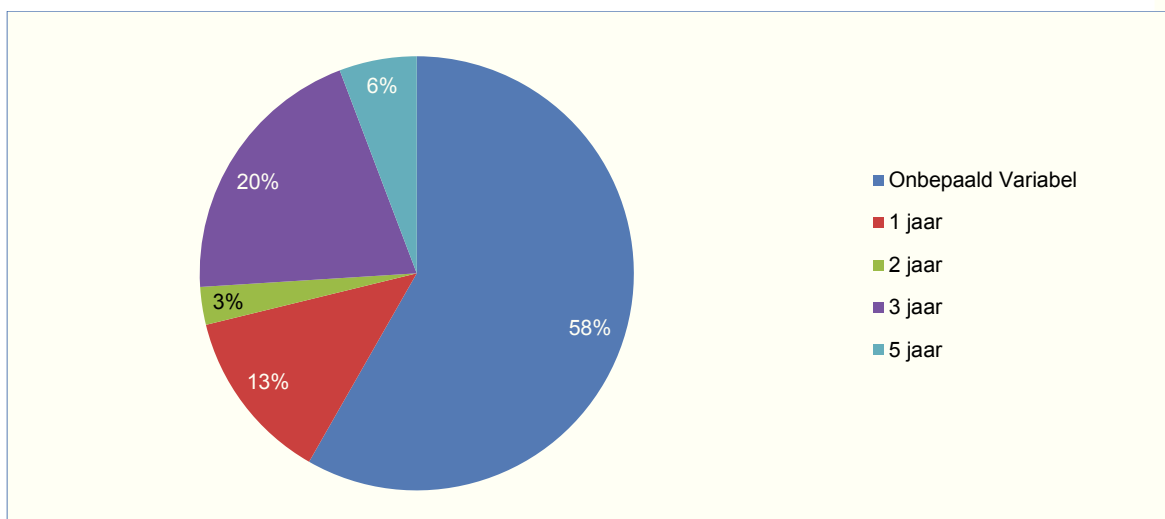


Figuur 15 Vergelijkbaarheid en begrijpelijkheid informatie op prijsvergelijkers (basis: alle consumenten die zich hebben georiënteerd via een prijsvergelijker)



4 Producten

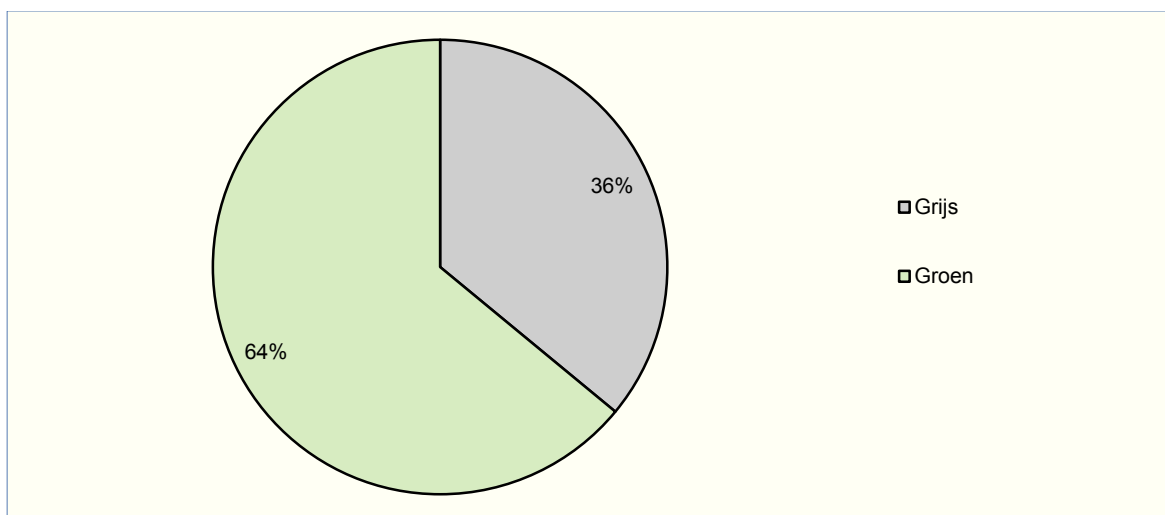
De grootste groep consumenten (58%) heeft op 1 januari 2016 een contract voor gas en elektriciteit met een onbepaalde looptijd en variabel tarief (figuur 16). De verdeling is sinds de eerste helft van 2014 nagenoeg ongewijzigd gebleven; contracten voor twee en vijf jaar worden mondjesmaat afgenomen, terwijl 1-jarige en 3-jarige contracten door respectievelijk 13% en een vijfde deel van de consumenten wordt afgesloten.



Figuur 16 Soort contract naar looptijd, afname door consument (bron: leveranciers)

4.1 Duurzame producten

Het merendeel van de Nederlandse consument (64%) heeft een contract voor groene stroom (figuur 17). Dit aandeel blijft de laatste jaren stabiel.



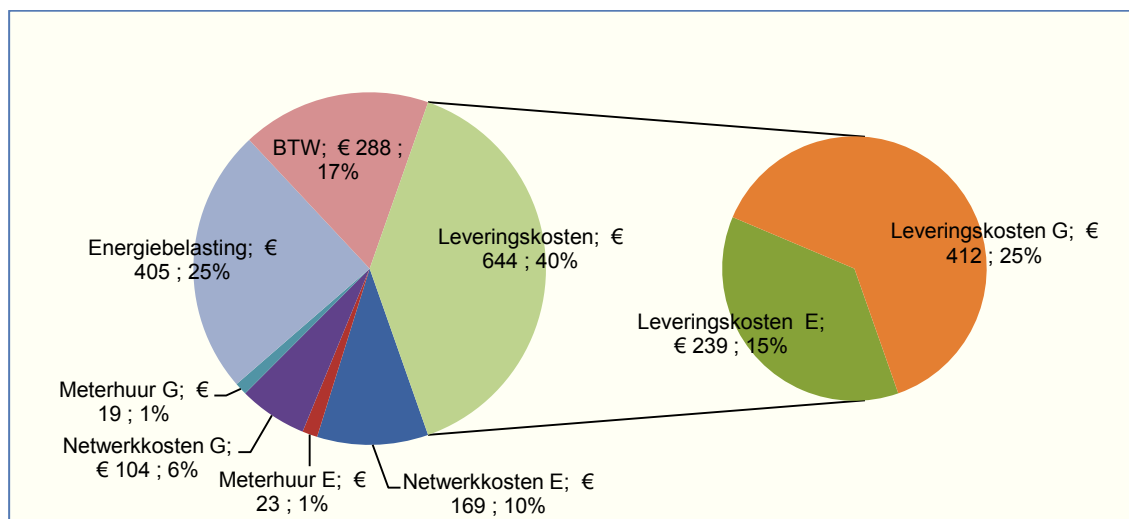
Figuur 17 Groene en grijze stroomcontracten voor huishoudelijke afnemers (bron: leveranciers)



5 Prijzen en prijsverschillen

5.1 Opbouw energierekening

De totale energierekening van een gemiddeld Nederlands huishouden⁴ met een contract voor onbepaalde tijd en met een variabele prijs bedroeg op 1 januari 2016 €1661 (figuur 18). Een jaar eerder was deze rekening (na correctie voor verbruik) gemiddeld €1739. De opbouw van de energierekening is veranderd door de dalende prijzen voor energie. Hierdoor zijn de leveringskosten gedaald en maken zij 40% uit van de totale energierekening in vergelijking met 45% vorig jaar. De netwerk- en meterkosten zijn nagenoeg ongewijzigd en zijn ongeveer 18%. Het aandeel belastingen is met 6 procentpunt gestegen naar 42%.

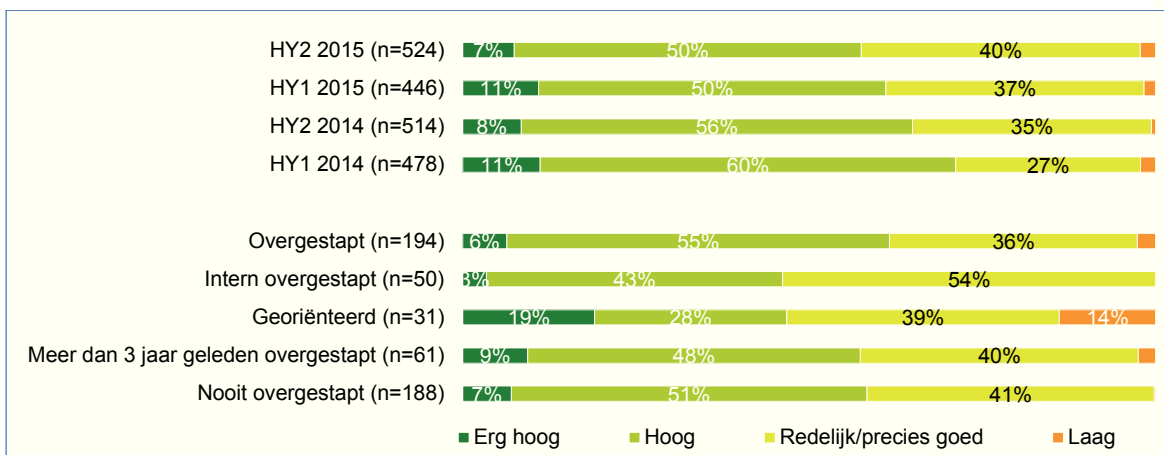


Figuur 18 Opbouw energierekening voor een gemiddeld huishouden op 1 januari 2016

5.2 De energieprijzen: perceptie consument

Een meerderheid van alle consumenten (57%) beoordeelt de energieprijzen nog als hoog, of erg hoog (figuur 19). De trend over de afgelopen periode laat echter wel zien dat dit percentage dalende is. Opvallend hierbij is dat consumenten die al eens zijn overgestapt relatief het vaakst de energieprijzen als hoog, of erg hoog beoordelen (61%). Consumenten die zich alleen hebben georiënteerd op de markt vinden de prijzen vaak erg hoog (19%). Consumenten die intern zijn overgestapt beoordelen de energieprijzen vaker als redelijk of precies goed.

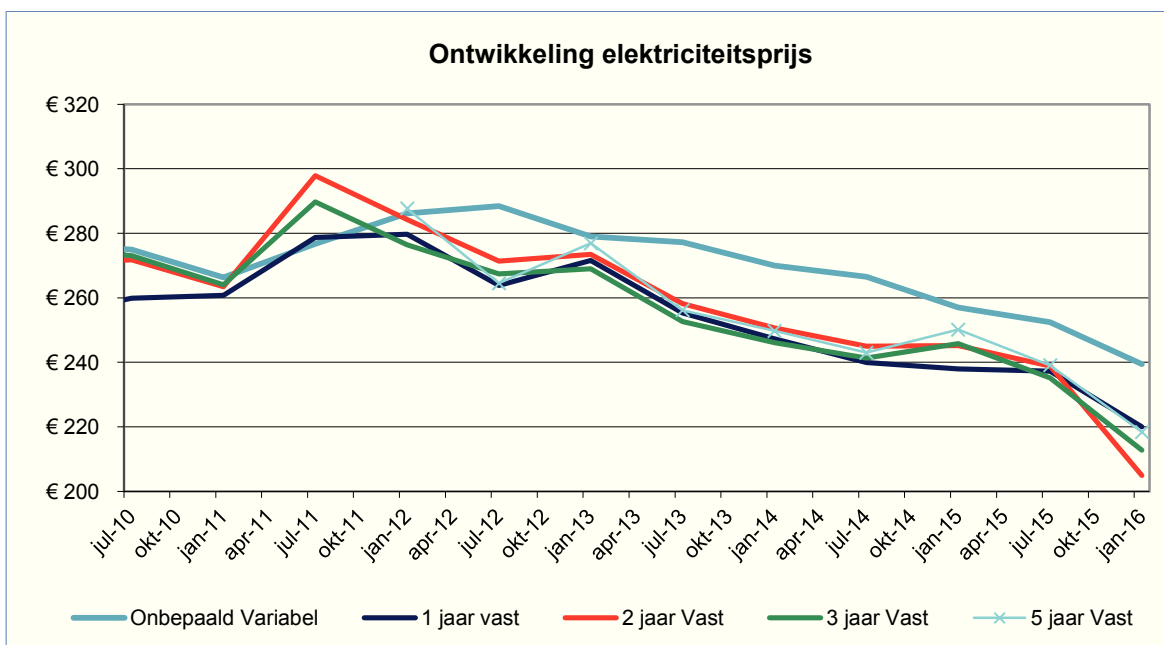
⁴ Het jaarverbruik van een gemiddeld huishouden is 3495 kWh elektriciteit en 1340 m³ gas



Figuur 19 Prijsperceptie consumenten⁵ (basis: alle respondenten)

5.3 Prijzen elektriciteit en gas

De jaarkosten van contracten met een looptijd van 2 jaar zijn voor een gemiddeld huishouden tussen 1 januari 2015 en januari 2016 het sterkst gedaald. Een gemiddeld huishouden betaalde op 1 januari 2015 voor 2 jaar vast contract €245 en op 1 januari 2016 €205⁶. De contracten voor een bepaalde termijn voor elektriciteit zijn gemiddeld gedaald of gelijk gebleven (figuur 20). De contracten voor een jaar zijn tussen 1 januari 2015 en 1 januari 2016 gedaald van €238 naar €220 en de 3- en 5-jarigcontracten zijn ook gedaald naar respectievelijk €213 en €218.



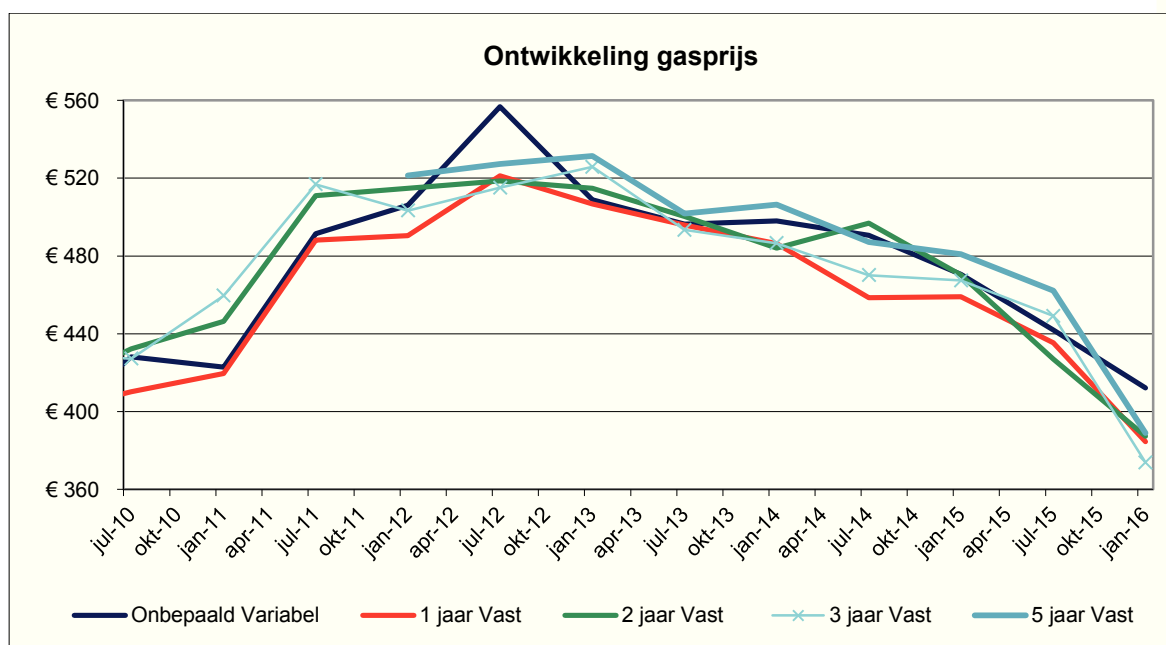
Figuur 20 Ontwikkeling gemiddelde jaarkosten voor grijze stroom voor een gemiddeld huishouden (3495 kWh per jaar)

⁵ Vraag: Hoe beoordeelt u energieprijzen over het algemeen?

⁶ De elektriciteits- en gasprijs is uitgedrukt in kosten per jaar voor het jaarverbruik van gemiddeld huishouden. De weergegeven jaarkosten is het leveringstarief exclusief belastingen.



De gemiddelde gaskosten voor onbepaalde tijd contracten zijn op 1 januari 2016 (€412) sterk gedaald ten opzichte van 1 januari 2015 (€471) (figuur 21). De geldt ook voor de gemiddelde prijzen voor bepaalde tijd contracten. Contracten voor 1 jaar zijn gemiddeld met €74 gedaald (van €459 naar €385). Contracten voor 2 jaar zijn gedaald van €470 naar €387. Contracten voor 3 jaar en 5 jaar zijn relatief het sterkst gedaald, van respectievelijk €467 naar €374 en van €481 naar €389.



Figuur 21 Ontwikkeling gemiddelde jaarkosten voor gas voor een gemiddeld huishouden (1340 m3 per jaar)

5.4 Prijsverschillen

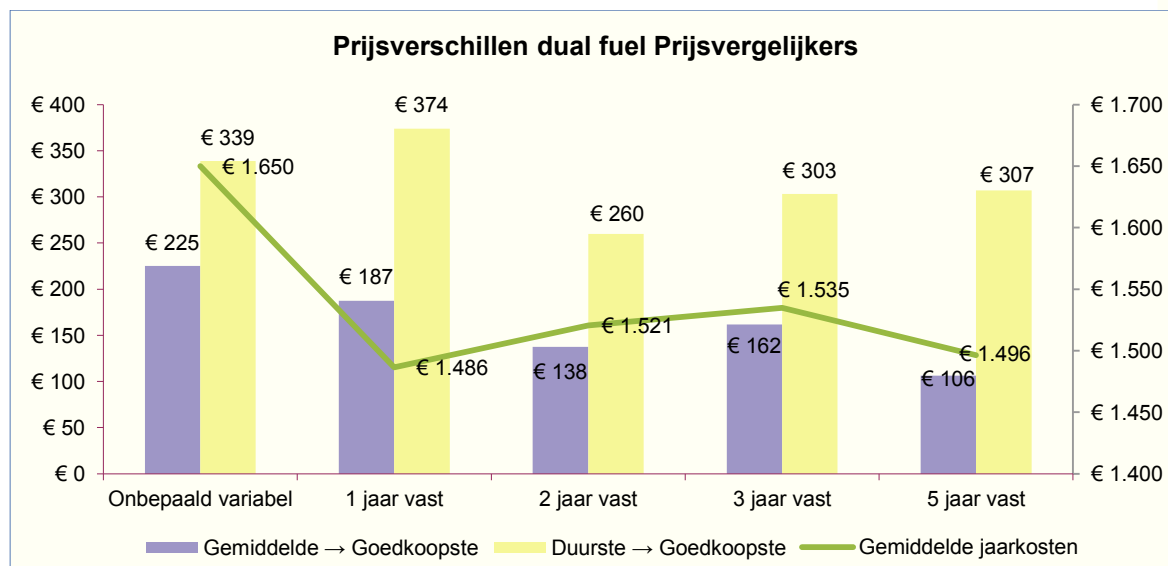
Prijsvergelijkers voor energie werden in de tweede helft van 2015 door bijna 40% van de consumenten geraadpleegd als eerste oriëntatie op de energiemarkt (figuur 13). Deze websites zijn dan ook een aantrekkelijk kanaal voor veel energiebedrijven om hun contracten aan te bieden. Als gevolg hiervan zijn de grootste prijsverschillen meestal te vinden op de websites van prijsvergelijkers. Dit zijn prijsverschillen voor dual fuel contracten (contracten waarbij zowel elektriciteit als gas wordt afgenomen). De meeste huishoudens in Nederland hebben een contract voor dual fuel.

In een momentopname in maart 2016 zijn de grootste prijsverschillen aangetroffen bij contracten voor een bepaalde termijn van 12 tot 24 maanden (figuur 22). Het verschil tussen het duurste en goedkoopste contract betrof voor een gemiddeld huishouden €374 per jaar⁷. De gemiddelde prijs van een contract voor 12 tot 24 maanden is echter wel het laagst: €1.486.

⁷ Er is gebruik gemaakt van een standaardjaarverbruik van een gemiddeld huishouden van 3495 kWh elektriciteit en 1340 m3 gas.



Een mogelijke verklaring voor het prijsverschil bij contracten voor een bepaalde termijn van 12 tot 24 maanden is de grotere diversificatie in het aanbod van groene producten. Meer dan voorheen worden er producten aangeboden met groene elektriciteit die is opgewekt door windmolens in Nederland. Hier kijken we in 5.4.1 verder naar.

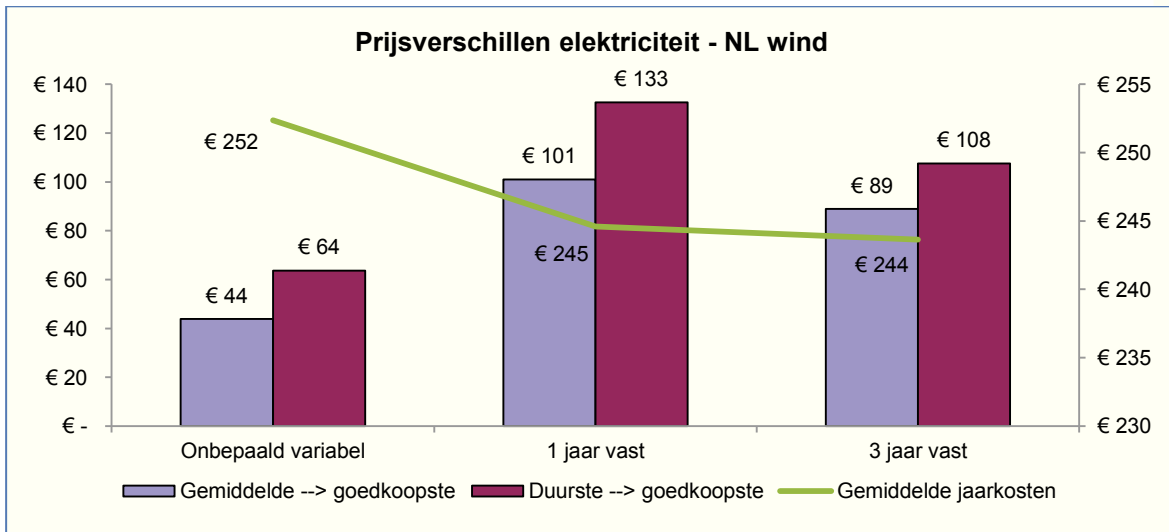


Figuur 22 Prijsverschillen van alle dual fuel contracten op drie prijsvergelijkers (peildatum maart 2016). Deze kosten zijn inclusief belastingen en netwerk- en meterkosten.

5.4.1 Prijsverschillen elektriciteit – wind energie uit Nederland

Sinds de liberalisering van de energiemarkt in 2004 is het aandeel consumenten met een contract voor groene stroom sterk gestegen. In de afgelopen jaren schommelt dit aandeel rond 64% (zie 4.1). Deze ontwikkeling heeft er ook toe geleid dat het aanbod van groene stroom producten divers is geworden. Dit geldt niet alleen voor de looptijd, maar ook voor de bron van opwekking. Mede naar aanleiding van de groei in aanbod van in Nederland opgewekte groene stroom, heeft ACM een onderzoek uitgevoerd naar de prijsverschillen tussen deze groene stroom producten. Meer specifiek tussen producten met groene stroom die is opgewekt door windmolens in Nederland, omdat hier het grootste aanbod voor bestaat.

In figuur 23 is te zien dat het prijsverschil tussen de producten bij een gemiddeld jaarverbruik flink kan oplopen. Dit verschil is vooral te zien bij de 1 jaar vast contracten waar het verschil tussen een gemiddeld product en het duurste product €101 op jaarbasis bedraagt voor een huishouden. Het verschil is zelfs €133 tussen het duurste en goedkoopste product. Gelet op de gemiddelde jaarkosten voor groene stroom, kunnen consumenten hier met een bewuste keuze een flinke besparing realiseren.

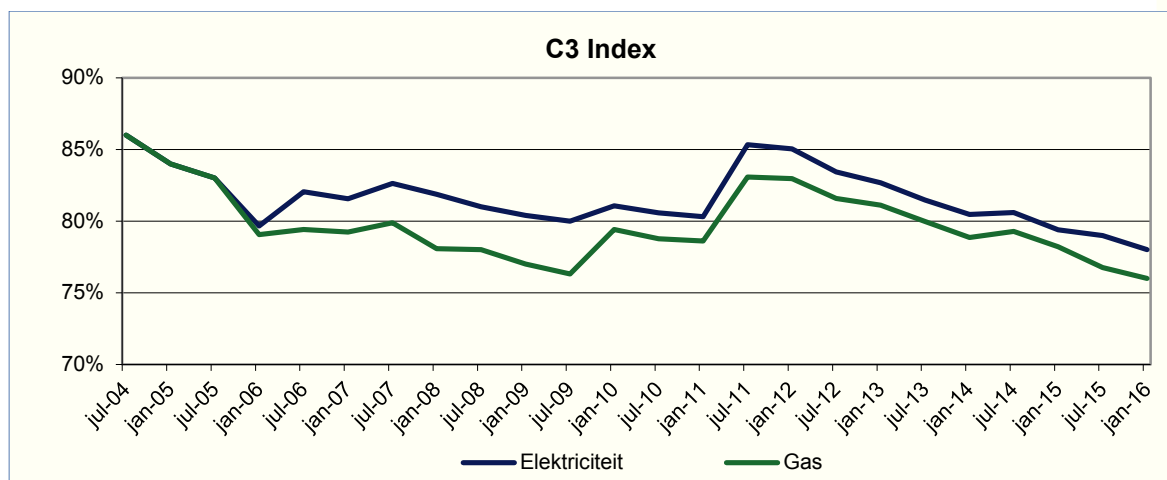


Figuur 23 Prijsverschillen tussen elektriciteitscontracten waarbij de opwekking gebeurt door windmolens in Nederland (peildatum januari 2016). Deze kosten zijn exclusief belastingen en netwerk- en meterkosten.

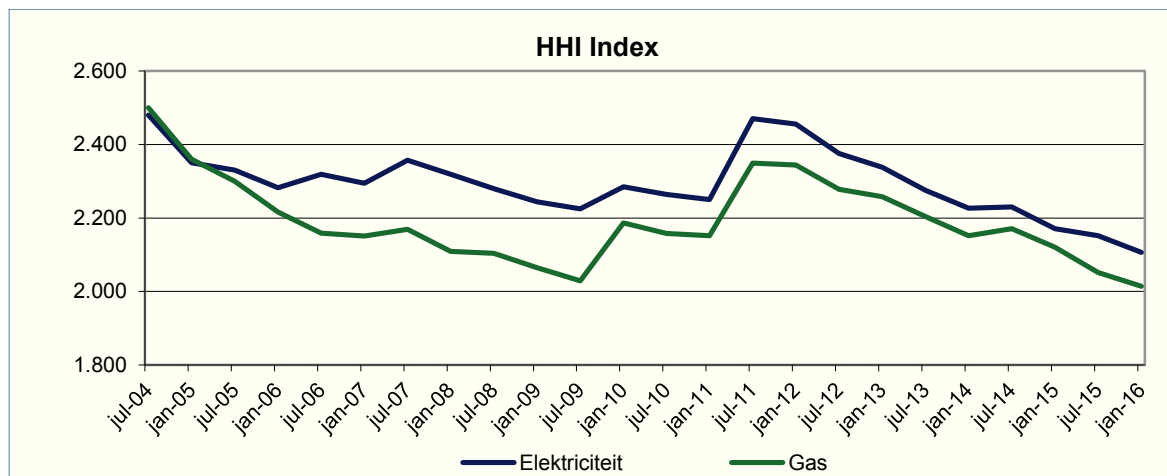


6 Concentratie van de markt

De elektriciteits- en gasmarkt voor consumenten blijft een geconcentreerde markt. De C3-index⁸ en de HHI⁹ voor elektriciteit en gas zijn in de tweede helft van 2015 verder gedaald (figuur 24 en 25). De C3-index was op 1 januari 2016 78% voor elektriciteit (op 1-1-2015 79,4%) en 76% voor gas (was op 1-1-2014 78,2%). De HHI bedroeg op 1 januari 2016 respectievelijk 2106 voor elektriciteit en 2014 voor gas.



Figuur 24 Ontwikkeling van de C3-index sinds de marktopening (bron: leveranciers)



Figuur 25 Ontwikkeling van de HHI sinds de marktopening (bron: leveranciers)

⁸ De C3-index is het marktaandeel van de drie grootste bedrijven op holdingniveau op de energiemarkt voor consumenten en kleinzakelijke afnemers (kleinverbruikers).

⁹ De Herfindahl-Hirschman index is gelijk aan de som van de gekwadrateerde marktaandelen in procenten. Een toename in de HHI kan duiden op een afname van de mate van concurrentie. Een afname van de HHI kan duiden op toegenomen concurrentie. Bij de berekening van de indices op de kleinverbruikersmarkt voor elektriciteit en gas is uitgegaan van de marktaandelen van "moedermaatschappijen". Leveranciers die onder een zelfde moeder vallen, zijn tot een en dezelfde maatschappij gerekend.