Autoriteit
Consument & Markt

Openbaar

Rapport

Prijstransparantie brandstoffen



Markten goed laten werken voor mensen en bedrijven

ACM/UIT/1122535

Advies prijstransparantie brandstoffen

Ons kenmerk : ACM/UIT/1122535
Zaaknummer : ACM/26/202470
Datum : 5 november 2026

Inhoudsopgave

Rapport 1

Prijstransparantie brandstoffen 1

Managementsamenvatting 4

1 Inleiding 5

2 Huidige mate van prijstransparantie 5
2.1 Prijstransparantie voor consumenten 5
2.1.1 Beschikbaarheid van kwalitatief hoogwaardige prijsdata 6
2.1.2 Toegankelijkheid van prijsdata 6
2.2 Prijstransparantie voor tankstations 7

3 Mogelijke prijseffecten van verplichte deling van brandstofprijsdata 8

4 Wenselijkheid van verplichte deling van brandstofprijsdata 10
4.1 Eerder advies 10
4.2 Baten en lasten 10
4.3 Implementatie 11

5 Advies 12

6 Bronnen 13

Managementsamenvatting

De Autoriteit Consument en Markt (hierna: ACM) heeft op verzoek van het ministerie van Economische Zaken en Klimaat (hierna: het ministerie) onderzocht of een verplichting voor tankstations om brandstofprijsdata te delen kan bijdragen aan meer prijstransparantie voor consumenten en lagere prijzen op de retailmarkt voor brandstoffen. De ACM acht een verplichting voor tankstations om actuele prijsdata te delen zinvol, mede gelet op de mogelijke baten en kosten daarvan. Uit de brandstofmonitor van de ACM blijkt dat er aanzienlijke prijsverschillen zijn tussen nabijgelegen tankstations. Een verplichting tot het gratis beschikbaar stellen van actuele brandstofprijsdata kan de kwaliteit van het aanbod van informatiediensten vergroten en consumenten zo beter toegang geven tot prijsinformatie, bijvoorbeeld als veelgebruikte navigatie-apps deze informatie gaan opnemen. In Duitsland, waar een vergelijkbare verplichting geldt, is hier sprake van. Consumenten kunnen hierdoor beter kiezen tussen tankstations, wat de concurrentie aanjaagt en kan bijdragen aan lagere prijzen. De kans op een toename van het risico op stilzwijgende collusie door meer transparantie lijkt beperkt omdat tankstations al goed op de hoogte zijn van elkaars prijzen. De uitvoeringskosten van verplichte datadeling zijn naar verwachting beperkt. Voor de uitvoering van de verplichting is een onafhankelijke partij nodig die de brandstofprijsdata verzamelt en uitsluitend beschikbaar stelt aan informatiediensten voor consumenten. Uit buitenlandse ervaringen blijkt dat kosteloze beschikbaarstelling van de data wenselijk is om de toetredingsdrempels voor informatiediensten te verlagen.

1 Inleiding

Het ministerie van Economische Zaken en Klimaat heeft de ACM verzocht om te reflecteren op een systeem van verplicht delen van brandstofprijsdata door tankstations, zoals in Duitsland al bestaat, om de prijstransparantie voor consumenten te versterken.[1]

Voor een goed werkende markt is het belangrijk dat de prijzen van brandstoffen transparant zijn voor consumenten.[2] In Duitsland zijn tankstations verplicht om hun actuele brandstofprijzen te delen met de overheid, die deze informatie kosteloos beschikbaar stelt aan informatiediensten voor consumenten, zoals prijsvergelijkers en routeplanners.[3] De gedachte achter deze maatregel is dat consumenten hierdoor gemakkelijker het goedkoopste tankstation in hun omgeving kunnen vinden. Dit kan tankstations ertoe aanzetten om scherper te concurreren, wat kan leiden tot lagere prijzen aan de pomp.

In deze adviesrapportage gaat de ACM in op de mogelijke effecten van een verplichting tot deling van actuele brandstofprijsdata door tankstations in Nederland. Deze rapportage geeft antwoord op de volgende vragen:

1. Wat is de huidige mate van prijstransparantie op de retailmarkt voor brandstoffen in Nederland?
2. Welke voor- en nadelen heeft een verplichting tot deling van brandstofprijsdata voor de concurrentie tussen tankstations en bijgevolg de prijzen die consumenten betalen?
3. Is een wettelijke verplichting tot deling van brandstofprijsdata wenselijk?

De ACM beantwoordt bovenstaande vragen op basis van een analyse van de literatuur over transparantiemaatregelen in de context van brandstofmarkten en gesprekken met relevante marktpartijen en toezichthouders. Het literatuuronderzoek omvat wetenschappelijke studies, rapporten van buitenlandse markttoezichthouders en een eerder in opdracht van het ministerie uitgevoerd onderzoek naar de verwachte effecten van een verplichting tot het delen van brandstofprijsdata voor tankstations in Nederland. Daarnaast put de ACM uit gesprekken met verschillende marktpartijen, te weten tankstationhouders, aanbieders van informatiediensten voor consumenten, aanbieders van brandstofprijsdata en de *Markttransparenzstelle für Kraftstoffe* van de *Bundeskartellamt*, de Duitse toezichthouder op brandstofmarkten.

Het advies is als volgt gestructureerd. Hoodstuk 2 beschrijft de huidige mate van prijstransparantie voor consumenten en tankstations in Nederland. Hoofdstuk 3 bespreekt de voor- en nadelen van verplichte datadeling en de mogelijke effecten op brandstofprijzen. Hoofdstuk 4 gaat in op de mogelijke baten en lasten van de maatregel. Hoofdstuk 5 sluit af met het advies.

2 Huidige mate van prijstransparantie

2.1 Prijstransparantie voor consumenten

Een analyse van de mogelijke effecten van verplichte deling van brandstofprijsdata vereist inzicht in de huidige mate van prijstransparantie op de Nederlandse retailmarkt voor brandstoffen. Consumenten kunnen nu al brandstofprijzen van verschillende tankstations vergelijken met behulp van informatiediensten, zoals toepassingen in routeplanners en prijsvergelijkingswebsites en -apps. Het aanbod bestaat onder meer uit een prijsvergelijkingstoepassing in de routeplanner van de ANWB

[1] Bijlage ‘Inventarisatie prijsregulering brandstof’ bij de Kamerbrief Acties Weerbaarheid Energieschok, 20 april 2026 (Kamerstuk II, 2025-2026, 36933 nr. 1).
[2] In deze rapportage wordt onder ‘brandstoffen’ benzine en diesel verstaan.
[3] Bundeskartellamt - Markttransparenzstelle für Kraftstoffe, geraadpleegd op 12 oktober 2026.

Onderweg App, prijsvergelijkingswebsite Independer, prijsvergelijkingsapp DirectLease Tankservice App en sommige betaalde ingebouwde navigatiesystemen van auto's.

Consumenten kunnen significant besparen op hun brandstofkosten. Voor 14% van de tankstations geldt dat een consument meer dan vijf euro op een volle tank kan besparen door bij een ander tankstation in dezelfde plaats te tanken.[4] Voor 22% van de tankstations met een winkel is er in dezelfde plaats een ander tankstation met een winkel waar meer dan vijf euro bespaard kan worden.

2.1.1 Beschikbaarheid van kwalitatief hoogwaardige prijsdata

Informatiediensten voor consumenten maken hoofdzakelijk gebruik van drie databronnen:

1. **Transactiedata van zakelijke rijders**. Er zijn twee dataverwerkers actief in Nederland die transactiedata inkopen bij de twee grootste tankpasaanbieders voor zakelijke rijders, MultiTankcard en Travelcard. Deze dataverwerkers maken op basis van de transactiedata actuele prijsinschattingen en verkopen deze informatie aan tankstations en informatiediensten. Daarnaast gebruiken sommige leasemaatschappijen transactiedata van hun eigen klanten voor het maken van prijsinschattingen;
2. **Waarnemingen door 'prijsspotters'**. Sommige informatiediensten baseren hun prijsinschattingen op de waarnemingen van hun gebruikers;
3. **Data verkregen uit *web scraping*** (o.a. prijsdata die sommige tankstations op hun website publiceren).

De kwaliteit van de informatiedienst voor consumenten hangt af van de gebruikte data. Marktpartijen geven aan dat transactiedata van MultiTankCard en Travelcard de hoogste kwaliteit hebben. Volgens marktpartijen hebben MultiTankcard en Travelcard momenteel een hoge dekkingsgraad en is voor de meeste tankstations voldoende transactiedata beschikbaar om een betrouwbare, actuele brandstofprijs vast te kunnen stellen. De beschikbare brandstofprijsinformatie is in de regel minder actueel voor tankstations die niet vaak bezocht worden door zakelijke rijders. Zo wordt bij sommige tankstations niet elke dag een transactie met een tankpas verricht, waardoor de meest actuele beschikbare prijsinformatie minimaal een dag oud is.

Aanbieders van informatiediensten zijn over het algemeen tevreden over de kwaliteit van de beschikbare data en verwachten niet dat de beschikbaarheid van fijnmazigere en meer actuele data de prijstransparantie voor consumenten sterk vergroot. De reden hiervoor is dat de meeste tankstations hun prijzen hooguit eenmaal per dag aanpassen, zodat transactiedata in de regel een goed inzicht biedt in de actuele brandstofprijzen. Wel zijn er prijsvechters die hun prijzen meerdere malen per dag aanpassen.

Een marktpartij geeft aan dat de kwaliteit van de beschikbare transactiedata momenteel goed is maar wel in de toekomst zal afnemen. De datakwaliteit hangt nauw samen met de intensiteit van het gebruik van de tankpassen door zakelijke rijders. Aangezien steeds meer zakelijke rijders overstappen op een elektrisch voertuig, worden er minder brandstoftransacties verricht. Door een afname van het aantal transacties met een tankpas, zal de datakwaliteit afnemen. Voor deze databron is geen evenwaardig alternatief beschikbaar. Doorgaans beschikken informatiediensten over te weinig waarnemingen van eigen gebruikers om een actueel, volledig en betrouwbaar beeld van de brandstofprijzen te kunnen bieden. Data verkregen door *web scraping* is hooguit complementair. Volgens een marktpartij kan niet meer dan 5 à 10 procent van de benodigde prijsinformatie worden verkregen door *web scraping*, omdat niet alle tankstations hun prijzen online publiceren.

2.1.2 Toegankelijkheid van prijsdata

Voor een hoge mate van prijstransparantie voor consumenten is het niet alleen belangrijk dat er prijsinformatie van hoge kwaliteit beschikbaar is maar ook dat deze informatie eenvoudig toegankelijk is voor consumenten.

[4] Data Monitor Brandstofprijzen, bijgewerkt tot en met 28 september 2026.

Hoewel er in Nederland twee gratis informatiediensten beschikbaar zijn op basis van transactiedata van MultiTankcard en Travelcard, lijkt de beschikbare brandstofprijsinformatie in vergelijking met Duitsland minder goed toegankelijk voor een bredere groep van informatiediensten waardoor consumenten minder keuze hebben. In Duitsland is na de invoering van de verplichte datadeling door tankstations een ecosysteem ontstaan van meer dan veertig informatiediensten die de prijsinformatie in hun toepassing hebben geïntegreerd en op verschillende manieren *realtime* inzichtelijk maken waar consumenten het goedkoopst kunnen tanken.[5]

Gratis toegang tot actuele brandstofprijsinformatie zou de toetredingsdrempels voor informatiediensten verlagen, wat naar verwachting ten goede komt aan de kwaliteit en diversiteit van het beschikbare aanbod en ertoe kan leiden dat consumenten vaker gebruik maken van beschikbare prijsinformatie. Concreet zijn de volgende verbeteringen mogelijk:

1. *Realtime* prijsdata is van hogere kwaliteit dan de databronnen die informatiediensten momenteel gebruiken, met name wat informatiediensten zonder toegang tot transactiedata betreft. In de nabije toekomst zijn de voordelen *van realtime* prijsdata ten opzichte van transactiedata waarschijnlijk groter omdat de kwaliteit van transactiedata naar verwachting minder wordt.
2. Consumenten maken naar verwachting het effectiefst gebruik van beschikbare prijsinformatie als zij hier niet actief naar op zoek moeten, zoals bij een prijsvergelijkingswebsite of -app, maar de informatie passief aan hen gepresenteerd wordt, zoals in een routeplanner (CMA, 2023). In Nederland bieden de meeste navigatiediensten geen gratis brandstofprijsinformatie aan. Het gratis beschikbaar stellen van prijsdata aan navigatiediensten verlaagt de drempel om een prijsvergelijkingsdienst te integreren in een navigatiedienst;
3. Concurrentie verschuift naar andere dimensies dan enkel het aanbieden van prijsinformatie. Dit stimuleert de ontwikkeling van nieuwe toepassingen, zoals gespecialiseerde brandstofapps die consumenten advies geven over het goedkoopste moment om te tanken.

Tijdens de gesprekken over brandstofprijzen wezen diverse marktpartijen op voor consumenten beperkte toegang tot informatie over laadprijzen voor elektrische voertuigen, onder meer vanwege het bestaan van verschillende tariefcomponenten die niet in bestaande prijsvergelijkers worden meegewogen. Zo kunnen naast een kWh-tarief ook een starttarief, tijdstarief of blokkeertarief gelden. Dit maakt het voor consumenten lastiger om de totale laadkosten van verschillende aanbieders met elkaar te vergelijken. Aangezien de transparantie van laadprijzen buiten de reikwijdte van het advies valt, gaat de ACM hier verder niet in op dit door marktpartijen geconstateerde gebrek. In het kader van de AFIR (*Alternative Fuel Infrastructure Regulation*) verricht de ACM momenteel een onderzoek naar de transparantie van laadprijzen.

2.2 Prijstransparantie voor tankstations

De meeste tankstations maken gebruik van hun eigen prijsdata in combinatie met data die ze inkopen bij commerciële partijen. Tankstations kopen prijsdata in op basis van transactiedata van zakelijke rijders met een tankpas, data verkregen uit *web scraping* van websites van tankstations en data van leasemaatschappijen om een inschatting te maken van de actuele brandstofprijzen van concurrenten. Volgens marktpartijen beschikken tankstations over prijsdatabases van alle tankstations in Nederland. De mate van prijstransparantie voor tankstations lijkt daarom hoog.

Net als consumenten hebben tankstations te maken met afnemende datakwaliteit van transactiedata. Volgens een marktpartij is de verwachte invloed van deze afname op de informatiepositie van tankstations echter beperkter dan voor consumenten omdat tankstations een grotere prikkel hebben om via andere kanalen prijsinformatie te vergaren en hiervoor een grotere betalingsbereidheid hebben.

[5] Bundeskartellamt - Tank-Apps, geraadpleegd op 12 oktober 2026.

3 Mogelijke prijseffecten van verplichte deling van brandstofprijsdata

Beperkte prijstransparantie voor consumenten kan een bron van marktmacht zijn voor tankstations. Een verbetering van het aanbod aan informatiediensten leidt tot lagere zoekkosten voor consumenten, waardoor zij vaker prijzen zullen vergelijken en zullen kiezen voor de goedkoopste optie. Dit stimuleert tankstations om scherper op prijs te concurreren en maakt consumenten beter af.

Een verplichting tot het delen van prijsdata door tankstations kan echter ook negatief uitpakken: door een toename van de prijstransparantie voor tankstations kunnen zij elkaars prijzen beter in de gaten houden, wat stilzwijgende collusie vergemakkelijkt waardoor de concurrentie verzwakt. Hierdoor kunnen brandstofprijzen juist stijgen en zijn consumenten slechter af.

Ook kan een verplichting tot deling van prijsdata ertoe leiden dat tankstations hun prijzen vaker gaan aanpassen in reactie op prijsaanpassingen van concurrenten, wat de prijstransparantie voor consumenten juist kan verminderen. In Duitsland nam het aantal prijsaanpassingen per dag na de invoering van de maatregel fors toe, maar leidde dit niet tot een hogere prijzen. Niettemin is het voor tankstations in Duitsland recentelijk verboden om meer dan eenmaal per dag te prijzen te verhogen. Deze maatregel beoogt te voorkomen dat frequente prijsaanpassingen de prijstransparantie voor consumenten ondermijnen.

Zowel theoretisch als empirisch blijkt dat er geen eenduidig antwoord kan worden gegeven op de vraag of een brandstofprijstransparantiemaatregel de concurrentie versterkt of juist verzwakt (zie Tabel 1). Verschillende landen hebben in de afgelopen jaren prijstransparantiemaatregelen geïntroduceerd in de retail-brandstoffenmarkt. In sommige landen, zoals Oostenrijk, maakt de overheid zelf een prijsdatabase openbaar die consumenten kunnen raadplegen. In andere landen, zoals Duitsland, stelt de overheid de data beschikbaar aan informatiediensten, waaronder prijsvergelijkingsdiensten en navigatiediensten, die de data openbaren voor consumenten. In Italië wordt prijsinformatie over tankstations in de buurt op borden langs de weg geplaatst. Ook zijn er verschillen tussen landen in welke data wordt geopenbaard. De meeste landen maken prijsdata van alle tankstations openbaar. Oostenrijk deelt enkel de prijsdata van de goedkoopste helft van de tankstations. De transparantiemaatregel wordt soms geïntroduceerd in combinatie met een beperking op het aantal toegestane prijsverhogingen per dag. Zo mogen tankstations in Duitsland en Oostenrijk slechts eenmaal per dag om twaalf uur ’s middags de prijzen verhogen.

Tabel 1 Overzicht effecten van prijstransparantiemaatrelen

Land	Effect	Onderzoek	Bijzonderheden
Duitsland	Prijsverlagend, m.u.v. Dewenter et al (2017)[6]	Bernardt et al (2025) Dewenter et al (2017) Haucap et al (2017) Horvath (2019) Martin (2024) Montag et al (2026)	• Publicatie door private informatiediensten. • Maximaal 1 prijsverhoging per dag (ingevoerd in 2026).
Frankrijk	Geen significant effect	Bernardt et al (2025)	• Centrale publicatie door overheid. • Vrijstelling voor kleine tankstations.
Oostenrijk	Prijsverlagend of geen significant effect	Becker et al (2021) Bernardt et al (2025)	• Centrale publicatie door overheid. • Enkel prijsdata van de goedkoopste helft tankstations openbaar. • Maximaal 1 prijsverhoging per dag.
Italië	Prijsverlagend	Rossi et al. (2016)	• Publicatie op informatieborden bij tankstations

[6] Dewenter et al. (2017) maakt gebruik van een kortere ‘post-treatment’ periode dan de andere studies.

Chili	Gemiddeld prijsverhogend, in gebieden met goede toegang tot informatie voor consumenten prijsverlagend	Luco (2019)	• Centrale publicatie door overheid

De effecten van deze maatregelen zijn uitgebreid onderzocht. Er zijn een aantal factoren van invloed op het effect van een verplichting tot het delen van brandstofprijsdata door tankstations.

Ten eerste, is de prijstransparantie voor consumenten voor de invoering van de maatregel relevant. Als het aandeel geïnformeerde consumenten voor de invoering van de verplichting beperkt is, is het verwachte prijsverlagende effect ervan het grootste. Zo toont Montag et al. (2026) dat het prijsverlagende effect van de transparantiemaatregel in Duitsland sterker is voor benzinegebruikers dan voor dieselgebruikers omdat de laatste groep voor de invoering al meer gebruik maakte van informatiediensten.

Ten tweede, is de mate van prijstransparantie voor tankstations voor de invoering van de maatregel ook relevant. Het risico op een prijsverhoging is minder groot als tankstations al voor de introductie goed op de hoogte zijn van elkaars prijzen (OECD, 2013). Ook kan het risico worden verminderd door het ontwerp van de maatregel. Zo krijgen enkel geregistreerde informatiediensten in Duitsland toegang tot de brandstofprijsdata en worden nooit toekomstige prijzen gedeeld.

Een prijstransparantiemaatregel heeft het meeste effect als sprake is van asymmetrische prijstransparantie, waarbij tankstations goed op de hoogte zijn van elkaars prijzen en de consument slecht geïnformeerd is. Een verplichting tot deling van brandstofprijsdata kan dan de prijstransparantie voor consumenten versterken, terwijl de toename van het risico op stilzwijgende collusie beperkt is. Hierdoor is het verwachte prijsverlagende effect van prijstransparantie groter dan het prijsverhogende effect ervan. In Duitsland, waar sprake was van een dergelijke asymmetrische prijstransparantie, wordt het prijsverlagende effect van verplichte prijsdatadeling voor benzine in een recent onderzoek geschat op 2 à 3 eurocent per liter (Bernardt et al, 2025). In Nederland lijkt enigszins sprake van asymmetrische prijstransparantie, maar in minder sterke mate dan in Duitsland voor de invoering van de verplichting tot deling van brandstofprijsdata.

Ten derde, is het niet voldoende dat prijsinformatie beschikbaar is. De informatie moet ook toegankelijk zijn voor consumenten, zoals Luco (2019) laat zien: in gebieden met goede toegang tot informatie voor consumenten leidde de transparantiemaatregel tot prijsverlagingen, terwijl de maatregel in gebieden met slechtere toegang tot informatie voor consumenten voor prijsverhogingen zorgde. In het laatste geval profiteren voornamelijk de tankstations van de beschikbare prijsinformatie.

Lage toetredingsdrempels voor informatiediensten helpen om de toegankelijkheid van de prijsinformatie voor consumenten te vergroten en het prijsverlagende effect van de maatregel te versterken. Hoe meer consumenten de prijsinformatie daadwerkelijk gebruiken, des te groter zijn de te verwachten prijsverlagingen (Montag et al, 2026). In Duitsland, met een systeem van private informatiediensten die gratis prijsdata ontvangen, is er een breed aanbod aan informatiediensten ontstaan en wordt de prijsinformatie vaak gebruikt. In Australië moet de data tegen een marktconforme prijs worden ingekocht en zijn geen private informatiediensten ontstaan (Byrne & De Roos, 2019), waardoor consumenten lastiger toegang hebben tot de prijsinformatie. De Nederlandse situatie is vergelijkbaar met de Australische situatie in de zin dat informatiediensten in Nederland een marktconform tarief voor transactiedata betalen. De toetredingsdrempels voor kwalitatief hoogwaardige informatiediensten zijn in Nederland daarom hoger dan in Duitsland.

4 Wenselijkheid van verplichte deling van brandstofprijsdata

4.1 Eerder advies

Ecorys en Van Zutphen Economisch Advies hebben in 2013 in opdracht van het ministerie de wenselijkheid van een verplichting tot deling van brandstofprijsdata onderzocht en kwamen tot de conclusie dat de verplichting onwenselijk is. Vier hoofdargumenten waren hiervoor doorslaggevend.

Ten eerste, consumenten hebben al de beschikking over veel prijsinformatie. Zoals hierboven reeds besproken, behoeft het beeld dat er veel prijsinformatie voor consumenten beschikbaar is nuancering. Ervaring uit het buitenland leren dat gratis toegang tot actuele brandstofprijsdata het landschap van informatiediensten kan versterken. Hiermee kan de toegankelijkheid van de prijsdata voor consumenten worden verbeterd.

Ten tweede, was in 2013 de verwachting dat prijstransparantiemaatregelen in het buitenland geen of minimale prijseffecten zouden hebben. Recenter onderzoek laat zien dat een verplichting tot het delen van brandstofprijsdata onder de juiste omstandigheden wel een prijsverlagend effect heeft. De prijseffecten zijn over het algemeen relatief beperkt. Zo wordt in recent onderzoek het prijsverlagende effect voor benzine op 2 à 3 cent per liter geschat (Bernardt et al, 2025). Gelet op de grote brandstofvolumes zijn voor de samenleving als geheel toch substantiële besparingen mogelijk.

Ten derde, is prijstransparantie maar één van de factoren die brandstofprijzen bepaalt. Andere factoren hebben een grotere invloed op prijs. Dit argument is nog steeds van toepassing. Andere factoren, zoals de prijs van ruwe olie, hebben een groter effect op de brandstofprijs aan de pomp. Dit laat echter onverlet dat meer prijstransparantie voor consumenten een prijsverlagend effect kan hebben. Daarbij is de relevante vraag of de baten van prijstransparantie de kosten van deze maatregel overstijgen.

Ten vierde, de retailbrandstofmarkt kent een hoge concurrentiedruk, mede als gevolg van afnemend brandstofvolume. Het gevraagde brandstofvolume neemt al jaren af en deze trend zet ook nu nog door, onder meer door efficiëntere verbrandingsmotoren en de opkomst van elektrische voertuigen. Het aantal tankstations loopt echter ook terug, waardoor zij in de lokale markt met gemiddeld minder concurrenten dan voorheen te maken hebben. Dit kan op termijn de concurrentiedruk verlagen.

4.2 Baten en lasten

De baten en lasten van een verplichting tot deling van brandstofprijsdata zijn geen automatisme en hangen in grote mate af van de mate waarin de maatregel daadwerkelijk leidt tot een verbetering in de toegankelijkheid van de prijsinformatie voor consumenten door een verbeterd aanbod van informatiediensten. Onderstaande inschatting geeft dan ook enkel een indicatie van de mogelijke baten en lasten van de maatregel.

In de voorjaarsnota werd geschat dat er in 2026 5,77 miljard liter benzine en 5,59 liter diesel in Nederland zou worden afgezet.[7][8] Daarvan zou 82% voor benzine en 21% voor diesel worden afgezet door particulieren. Dit zou uitkomen op 5,9 miljard liter brandstof voor consumenten. Een schatting van een gemiddelde prijsverlaging van 1 cent per liter zou daarbij als conservatief voorbeeld genomen kunnen worden, aangezien studies uit het buitenland prijsverlagingen van 2 à 3 cent per liter vinden. Als een

[7] Kamerbrief 'Acties weerbaarheid energieschok', 20 april 2026, (Kamerstuk I, 2025-2026, 36933, nr. 1).
[8] Volgens het CBS werd er in 2025 5,72 miljard liter benzine en 4,46 miljard liter diesel afgezet voor aan het wegvervoer Hoeveel brandstof wordt in Nederland afgezet aan wegvervoer? | CBS. Gewichtseenheden energie | CBS.

verplichte deling van prijsdata leidt tot een gemiddelde prijsverlaging van 1 eurocent per liter voor zowel benzine als diesel, leidt dit tot een kostenbesparing voor consumenten van 59 miljoen euro per jaar.

De uitvoeringskosten zijn daarbij relatief beperkt. Het Duitse ministerie van Economische Zaken schatte bij de invoering van de transparantiemaatregel in 2013 de eenmalige kosten voor het datadelingssysteem op 7,1 miljoen euro en de jaarlijkse ambtelijke kosten op 2,8 miljoen euro (Bernardt et al, 2025).[9] De kosten voor tankstations zijn volgens de *Markttransparenzstelle für Kraftstoffe* van de *Bundeskartellamt* beperkt omdat moderne kassa's de actuele prijsdata automatisch kunnen delen.

De nadelige gevolgen van een verplichting lijken het grootst voor de twee bedrijven in Nederland die transactiedata van zakelijke rijders verwerken en doorverkopen. Dit verdienmodel wordt ondermijnd als brandstofprijsdata gratis beschikbaar wordt gesteld aan informatiediensten. Daar staat het profijt dat de informatiediensten en consumenten hiervan hebben tegenover.

Alles afwegend lijken de potentiële baten van een verplichte deling tot brandstofprijsdata op te wegen tegen de verwachte kosten ervan. De maatregel maakt een versterking van de prijstransparantie voor consumenten mogelijk tegen relatief beperkte kosten en kan daarmee bijdragen aan scherpe concurrentie en een lichte daling van de brandstofprijzen.

4.3 Implementatie

Om de toetredingsdrempels voor informatiediensten laag te houden, moet bij het ontwerp van de verplichting tot het delen van brandstofprijsdata rekening worden gehouden met de transactiekosten voor deze diensten. Een centrale aggregator die de prijsdata verzamelt en beschikbaar stelt aan informatiediensten heeft daarom de voorkeur boven een decentrale oplossing, waarbij informatiediensten de data rechtstreeks bij tankstations opvragen. Deze aggregator kan een overheidsorganisatie zijn, zoals in Duitsland. In Duitsland verzamelt de *Markttransparenzstelle für Kraftstoffe*, onderdeel van het *Bundeskartellamt*, de prijsdata van tankstations. Tankstations zijn verplicht prijswijzigingen voor benzine en diesel vrijwel direct aan deze centrale databank door te geven. De *Markttransparenzstelle* stelt deze gegevens vervolgens beschikbaar aan erkende informatiediensten, die de data kunnen verwerken in bijvoorbeeld prijsvergelijkingsdiensten en routeplanners. Hierdoor hoeven informatiediensten geen afzonderlijk afspraken te maken met tankstations en hebben zij kosteloos toegang tot data.

Een alternatief is dat de overheid na een aanbesteding een private partij aanwijst om als centrale aggregator op te treden. De overheid kan daarbij de eisen aan dataverzameling, datakwaliteit en toegang tot de data vastleggen. De aangewezen partij verzamelt de prijsdata van tankstations en stelt deze vervolgens gratis en zonder onnodige belemmeringen beschikbaar aan informatiediensten. Zo blijft de centrale toegang tot de data gewaarborgd, terwijl de uitvoering van de functie van aggregator bij een private partij ligt tegen zo laag mogelijke kosten.

Het verzamelen en distribueren van brandstofprijsdata is een economische activiteit. Er zijn immers reeds marktpartijen actief die de rol van aggregator vervullen. Als de overheid deze dienst direct of indirect gaat aanbieden, is de Wet Markt en Overheid van kracht. Het ministerie kan dan een algemeenbelangbesluit nemen, waarmee de overheid bepaalt dat de maatregel in het algemeen belang is, waardoor de regels van de Wet Markt en Overheid niet van toepassing zijn. In het algemeen belang besluit moet een afweging gemaakt worden tussen de marktpartijen die geraakt worden door de maatregel en het algemeen belang. Marktpartijen die geraakt zullen worden door deze maatregel zijn commerciële aanbieders van brandstofprijsdata. Zij zullen niet meer effectief kunnen concurreren als de prijsdata gratis beschikbaar komen. Daar staat tegenover dat de gratis data het aanbod van informatiediensten zal stimuleren, waardoor consumenten beter geïnformeerde keuzes kunnen maken.

[9] Uiteraard moeten de genoemde bedragen wel worden aangepast voor het hedendaagse prijsniveau. Daar staat tegenover dat Nederland minder dan een derde van het aantal tankstations in Duitsland heeft.

5 Advies

De ACM concludeert dat een verplichting voor tankstations om actuele brandstofprijsdata te delen zinvol is en adviseert om de verplichting in te voeren. Consumenten kunnen aanzienlijk besparen op brandstofkosten door bij het goedkoopste tankstation in de buurt te tanken. Een verplichting tot deling van actuele brandstofprijsdata kan het aanbod van informatiediensten stimuleren en consumenten zo beter toegang geven tot prijsinformatie, zoals het Duitse voorbeeld laat zien. Consumenten kunnen hierdoor beter kiezen tussen tankstations, wat de concurrentie versterkt en kan bijdragen aan lagere prijzen. De toename van het risico op stilzwijgende collusie als gevolg van een toename van de prijstransparantie lijkt beperkt, omdat tankstations al goed op de hoogte zijn van elkaars prijzen. De uitvoeringskosten van verplichte datadeling zijn naar verwachting beperkt. Voor de uitvoering van de verplichting is een onafhankelijke partij nodig die de brandstofprijsdata verzamelt en uitsluitend beschikbaar stelt aan informatiediensten voor consumenten. Kosteloze toegang tot de data is van belang om de toetredingsdrempels voor deze diensten laag te houden.

6 Bronnen

Becker, M., Pfeifer, G., & Schweikert, K. (2021). Price effects of the Austrian fuel price fixing act: a synthetic control study. *Energy Economics*, *97*, 105207.

Bernhardt, L., Breiderhoff, X., & Dewenter, R. (2025). New evidence on price effects of transparency regulations in European fuel markets. *Journal of Industry, Competition and Trade, 25(1)*, 4.

Byrne, D. P., & De Roos, N. (2019). Learning to coordinate: A study in retail gasoline. *American Economic Review*, *109*(2), 591-619.

CMA: Supply of road fuel in the United Kingdom market study. Final Report (2023).

Dewenter, R., Heimeshoff, U., & Lüth, H. (2017). The impact of the market transparency unit for fuels on gasoline prices in Germany. *Applied Economics Letters*, *24*(5), 302-305.

Ecorys & Van Zutphen Economisch Advies: Gevolgen van een publicatieplicht op de benzinemarkt (2013).

Haucap, J., Heimeshoff, U., & Siekmann, M. (2017). Fuel prices and station heterogeneity on retail gasoline markets. *The Energy Journal*, *38*(6), 81-104.

Horvath, M. (2019). Germany's market transparency unit for fuels: Fostering collusion or competition? (No. 836). Ruhr Economic Papers.

Luco, F. (2019). Who benefits from information disclosure? the case of retail gasoline. *American Economic Journal: Microeconomics, 11(2)*, 277-305.

Martin, S. (2024). Market transparency and consumer search—Evidence from the German retail gasoline market. *The RAND Journal of Economics*, *55*(4), 573-602.

Montag, F., Sagimuldina, A., & Winter, C. (2026). When does mandatory price disclosure lower prices? Evidence from the German fuel market. *Journal of Political Economy Microeconomics*, *4*(1), 106-146.

OECD Policy roundtables: Competition in road fuel (2013), 4.3 (page 25).

Rossi, F., & Chintagunta, P. K. (2016). Price transparency and retail prices: Evidence from fuel price signs in the Italian highway system. *Journal of Marketing Research*, *53*(3), 407-423.