

Energieprijsvergelijkers 2011

Onderzoek naar de kwaliteit van websites die tarieven en voorwaarden van energieleveranciers vergelijken

Den Haag, 4 juli 2011



INHOUDSOPGAVE

1.	SAMENVATTING, CONCLUSIES EN VOORUITBLIK	2
1.1.	Inleiding	2
1.2.	Uitkomsten	2
1.3.	Geconstateerde knelpunten	3
1.4.	Verbeteringen	3
1.5.	Complexiteit van de energiemarkt	5
1.6.	Vooruitblik	6
2.	LEESWIJZER	7
3.	ACHTERGROND EN AANLEIDING ONDERZOEK KWALITEIT ENERGIEPRIJSVERGELIJKERS	8
3.1.	Inleiding	8
3.2.	Doel onderzoek naar websites die tarieven en voorwaarden van energiebedrijven vergelijken	8
3.3.	Aanpak onderzoek fase 2	9
3.4.	De markt van vergelijkende websites voor consumenten - Afbakening	10
4.	RESULTATEN ONDERZOEK MYSTERY SHOPPERS	13
4.1.	Opzet onderzoek mysteryshoppers	13
4.2.	Resultaten mystery shopper onderzoek – Websites die geen personalia opvragen	14
4.3.	Resultaten mysteryshopper onderzoek – websites die personalia opvragen	20
4.4.	Verwachte of geschatte jaarkosten?	23
4.5.	Conclusies mysteryshoppers-onderzoek	23
5.	RESULTATEN VAN HET ONDERZOEK	25
5.1.	Algemene bevindingen	25
5.2.	Informatievoorziening	26
5.3.	Correctheid	27
5.4.	Onafhankelijkheid	29
5.5.	Keuzemogelijkheid	30
5.6.	Duurzaamheid	31
5.7.	Conclusies beoordeling Energiekamer NMa	32
6.	SLOT EN VOORUITBLIK	33
6.1.	Conclusies	33
6.2.	Geconstateerde knelpunten	34
6.3.	Verbeteringen	34
6.4.	Complexiteit van de energiemarkt	35
6.5.	Vooruitblik	36

1. SAMENVATTING, CONCLUSIES EN VOORUITBLIK

1.1. Inleiding

De Energiekamer NMa hecht er belang aan dat consumenten op basis van correcte, duidelijke en vergelijkbare informatie een bewuste keuze kunnen maken voor een energieleverancier. Uit onderzoek blijkt dat consumenten hiervoor steeds vaker websites die tarieven en voorwaarden voor energie vergelijken gebruiken. Zij stellen consumenten in staat een betere vergelijking te maken en het kost minder tijd, omdat een consument niet bij elke energieleverancier afzonderlijk tarieven en voorwaarden hoeft te raadplegen. Bovendien zijn de beste actiekortingen vaak op deze websites te vinden. Tussen oktober 2010 en juni 2011 heeft de Nederlandse Mededingingsautoriteit (Energiekamer NMa) onderzoek gedaan naar de kwaliteit van deze websites. Voor dit onderzoek zijn zij in drie categorieën onderverdeeld, die samen vallen onder de verzamelnaam vergelijkende websites:

1. prijsvergelijkers: deze zijn onafhankelijk en vrij toegankelijk;
2. overige websites die prijsvergelijkingen aanbieden;
3. wervingskanalen.

De Energiekamer NMa heeft de kwaliteit van de verschillende vergelijkende websites getoetst aan vijf criteria: informatievoorziening, correctheid, onafhankelijkheid, keuzemogelijkheid en duurzaamheid. Als een website op alle vijf de criteria voldoende scoort, kan geconcludeerd worden dat deze website betrouwbaar en transparant is. Daarnaast is met gebruik van een mysteryshoppers-onderzoek van het onderzoeksbureau TNS NIPO onderzocht of de consument de informatie vindt en begrijpt.

Dit onderzoek is een vervolg op het onderzoek dat de Energiekamer NMa in samenwerking met de Consumentenautoriteit (CA) begin 2010 heeft uitgevoerd, waarin werd geconstateerd dat de consument moeite heeft met drie issues:

1. de herleiding van het aanbod naar het contract;
2. het vinden en begrijpen van actietarieven en voorwaarden in het aanbod;
3. het begrijpen van de term jaarkosten.

De Energiekamer NMa heeft toen prijsvergelijkers en energieleveranciers opgeroepen tot verbetering en dit vervolgonderzoek aangekondigd.

1.2. Uitkomsten

De consument kan gerust via een prijsvergelijker overstappen

Op de criteria informatievoorziening, correctheid, keuzemogelijkheid, duurzaamheid en onafhankelijkheid scoren de prijsvergelijkers voldoende tot goed. De benodigde informatie is te vinden op de websites en de prijsvergelijkers zijn voldoende onafhankelijk om een ruime keuzemogelijkheid te garanderen en dus grote prijsvoordelen te bieden. Naar het oordeel van de Energiekamer NMa zijn de websites in de categorie prijsvergelijkers betrouwbaar en transparant. De Energiekamer NMa zal op Consuwijzer.nl dan ook naar deze partijen verwijzen voor het maken van een goede vergelijking.

Overige websites en wervingskanalen scoren beduidend minder goed dan de echte prijsvergelijkers

Bij de overige websites die prijsvergelijkingen aanbieden en bij wervingskanalen, de andere twee categorieën vergelijkende websites, is het beeld minder gunstig. Voor de categorie overige websites geldt dat zij over het algemeen een redelijke vergelijking maken, maar dat op de individuele criteria nog veel te verbeteren valt. Wervingskanalen daarentegen zijn onvoldoende onafhankelijk van één of enkele energieleveranciers. Bij de wervingskanalen is in de praktijk ook de keuzemogelijkheid beperkter en zijn de mogelijke prijsvoordelen kleiner. De Energiekamer NMa heeft deze websites geadviseerd om een vermelding op te nemen, die goed weergeeft welke service zij aanbieden, en zich niet voor te doen als neutrale prijsvergelijkers. Naar aanleiding van dit onderzoek zal de Consumentenautoriteit websites die zich onterecht voordoen als onafhankelijke prijsvergelijkers scherp in de gaten houden en zo nodig handhavend optreden om misleiding te voorkomen.

1.3. Geconstateerde knelpunten

De Energiekamer NMa constateert op basis van het mystery-shoppers onderzoek dezelfde knelpunten als in het vorige onderzoek:

a) Contract is niet herleidbaar tot aanbod

In ongeveer 75% van de gevallen kan de consument zijn aanbieding nog steeds niet herkennen in het contract wat hij vervolgens ontvangt. In de meeste gevallen komt dit contract feitelijk wel overeen met het aanbod, maar ontbreekt de informatie om dit contract naar het aanbod te herleiden. Ook de Energiekamer NMa kon in veel gevallen geen herleiding van het aanbod naar het contract maken.

De samenstelling van de contracten geeft mysteryshoppers de indruk dat zij niet het product krijgen waarvoor zij gekozen hebben. Dit heeft vier hoofdoorzaken:

1. Er is geen contract of dit contract is niet op schrift gesteld¹;
2. Er staan geen tarieven in het contract of essentiële componenten van de tarieven ontbreken;
3. Het contract bevat wel de tarieven, maar deze zijn onderdeel van een lijst van tarieven die de leverancier hanteert, en de consument heeft niet de informatie om te bepalen welk tarief voor hem van toepassing is;
4. Het aanbod en het contract bevatten verschillende benamingen voor tariefcomponenten.

In de praktijk heeft dit tot gevolg dat de consument aan de hand van zijn contract geen redelijke inschatting kan maken van wat hij, op basis van zijn verbruik en het afgesproken tarief, aan het einde van het jaar of de contractduur ongeveer zal moeten betalen. Met name energieleveranciers hebben een taak om dit te verbeteren.

b) Onduidelijke actietarieven en onduidelijke actievoorwaarden

Er is geen verbetering ten opzichte van het onderzoek vorig jaar ten aanzien van de actievoorwaarden en actietarieven. Consumenten hebben moeite om acties te begrijpen, mede doordat zij vaak de bijbehorende actievoorwaarden niet goed kunnen vinden of onduidelijk vinden. Dit laatste geldt met name met betrekking tot kortingen en cashbacks. Zo is vaak uit de voorwaarden niet goed op te maken wanneer een cashback wordt uitgekeerd of wanneer een bepaalde korting *niet* wordt uitgekeerd omdat het contract voortijdig is opgezegd. Het is de verantwoordelijkheid van energieleveranciers en vergelijkende websites om actievoorwaarden duidelijk en makkelijk vindbaar te maken.

c) Het is onduidelijk dat jaarkosten afwijken

Het is nog steeds onduidelijk voor de consument dat de term 'totale jaarkosten' of 'kosten per jaar' op vergelijkende websites slechts dient als indicatie van de kosten voor de vergelijking en geen weergave is van de werkelijk te verwachten kosten. Dit komt doordat er veel variabelen zijn binnen de looptijd van het contract die zullen afwijken, waaronder verbruik en variabel tarief. Deze benaming is volgens de Energiekamer NMa dan ook niet duidelijk. Het is de verantwoordelijkheid van vergelijkende websites om hier actie op te ondernemen.

1.4. Verbeteringen

De vaststelling van dit onderzoek dat op de drie knelpunten nog geen verbetering is opgetreden, heeft de Energiekamer NMa aan de energieleveranciers en vergelijkende websites voorgelegd met het verzoek om concrete acties voor verbetering voor te stellen. De voorstellen die de Energiekamer NMa vervolgens heeft ontvangen zijn met de betrokken partijen gedeeld en met een groot aantal partijen besproken. Op grond van deze afstemming zijn de voorstellen door de NMa geselecteerd en naar alle bedrijven gestuurd met het verzoek om aan te geven welke *partijen bereid zijn om deze door te voeren en hiervoor reeds gestart zijn om concrete maatregelen te nemen*. De meeste verbeteringen vragen ICT aanpassingen en hebben daardoor enige tijd nodig.

Dit rapport biedt duidelijkheid over welke bedrijven bereid zijn om maatregelen te nemen om de duidelijkheid en vindbaarheid van informatie te vergroten. De consument of consumentenorganisaties kunnen vervolgens kiezen voor energieleveranciers en vergelijkende websites, die hierin een voorsprong hebben.

¹ Contracten dienen beschikbaar te zijn op een zogenaamde duurzame gegevensdrager. In sommige gevallen ontvangen mysteryshoppers een e-mail met een verwijzing naar een webpagina die met een inlogcode te benaderen is. Deze pagina is echter niet in pdf-vorm beschikbaar of anderszins voor de mysteryshopper beschikbaar gesteld om te kunnen bewaren.

a) Contracten zijn herleidbaar tot het aanbod

- Het contract voldoet aan de wettelijke vereisten
Een quick-scan van de contracten wees uit dat de energieleverancier vaak niet voldoet aan de eisen aan de contracten in de Regeling afnemers en monitoring Elektriciteitswet 1998 en Gaswet, 'de Richtsnoeren Informatieverstrekking energieleveranciers aan consumenten' (hierna de Richtsnoeren informatieverstrekking) en de Gedragscode van de energieleveranciers. Op basis van dit juridische kader moeten contracten:
 - op schrift zijn gesteld of in ieder geval via een duurzaam medium worden aangeboden;
 - in ieder geval het all-in tarief voor de levering van gas en elektriciteit, het vastrecht, de heffingskorting en bij voorkeur ook de netwerkkosten bevatten;
 - herkenbare toepasselijke tarieven bevatten: als in het contract een tabel met tarieven staat, moet voor de consument eenvoudig te herleiden zijn welk all-in tarief van toepassing is.

Energieleveranciers hebben in een brief van Energie Nederland van 4 april 2011 verklaard dat zij hun contracten zullen aanpassen en in lijn zullen brengen met de wettelijke vereisten. De Energiekamer NMa heeft besloten de energieleveranciers aan te schrijven op de naleving van de wettelijke vereisten aan contracten, zoals zij ook na het vorige onderzoek heeft gedaan voor de Richtsnoeren informatieverstrekking. Dit houdt in dat de Energiekamer NMa energieleveranciers per brief zal vragen om haar voor 15 september 2011 te laten weten welk compliancetraject is opgestart om voortaan alle contracten aan de wettelijke vereisten te laten voldoen.

Deze actie zal de herleidbaarheid van het aanbod naar het contract voor de consumenten vergroten, omdat in ieder geval de benodigde informatie wordt gegeven.

In aanvulling hierop zal een aantal voorstellen de duidelijkheid verder verbeteren:

- In het contract staat alleen het voor de consument toepasselijke tarief
De consument kan zijn aanbod het best herkennen in zijn contract indien de energieleverancier alleen zijn eigen toepasselijke tarief geeft in plaats van een tabel met tarieven. Enkele energieleveranciers hebben toegezegd dit door te voeren.
- Uniforme en consistente benaming in het aanbod en contracten
De herleidbaarheid van het contract naar het aanbod heeft te lijden onder vele verschillende benamingen in de sector voor de verschillende tariefcomponenten. Uit het mysteryshopper-onderzoek blijkt dat de mysteryshoppers hierdoor in de war raken. Één van de voorstellen is dan ook om sectorbreed gebruik te maken van dezelfde benaming. Enkele energieleveranciers hebben toegezegd dit door te voeren.
- Geen afwijkende afrondingen in het aanbod
Bij de controle op de correctheid door de Energiekamer NMa en uit de antwoorden van de mysteryshoppers viel op dat er tussen het aanbod en het contract zeer regelmatig afrondingsverschillen in de tarieven bestaan. Hoewel deze vaak miniem zijn, kunnen ze toch verwarrend werken. De Energiekamer NMa heeft daarom energiebedrijven en vergelijkende websites gevraagd samen te kijken naar mogelijke verbeteringen in het proces en afspraken te maken, waardoor deze afwijkingen aanzienlijk verminderd kunnen worden.

b) Duidelijke actietarieven en –voorwaarden

Uit het mysteryshopper-onderzoek is gebleken dat consumenten moeite hebben om actietarieven en actievoorwaarden te vinden en te begrijpen. Energieleveranciers en vergelijkende websites kunnen zich aansluiten bij de volgende verbeterpunten:

- Tonen van actievoorwaarden
In sommige gevallen wordt er melding gemaakt van een actie of een actietarief, terwijl het voor de consument niet duidelijk is waarom dit een actie is. In alle gevallen komt dit doordat de actievoorwaarden ontbreken of niet specifiek voor dit product lijken te gelden. De meeste vergelijkende websites hebben aangegeven in essentiële vervolgstappen van het proces de speciale actievoorwaarden bij te voegen, zodat de consument deze altijd kan vinden.
- Begrijpelijke actievoorwaarden
Veel actievoorwaarden zijn zo onduidelijk dat van de consument niet kan worden verwacht dat hij begrijpt wat de actie precies inhoudt. Aan alle energieleveranciers is gevraagd om hun voorwaarden zo duidelijk en begrijpelijk mogelijk te maken. De meerderheid van de antwoorden van de energieleveranciers op deze vraag laat zien dat zij niet onwelwillend zijn. Echter het feit dat leveranciers over het algemeen hun eigen

voorwaarden als duidelijk betitelen, toont aan dat zij niet altijd begrip hebben van de onduidelijkheid van de voorwaarden voor de consument. De Energiekamer NMa zal kijken of energieleveranciers in hun werkproces kunnen verankeren dat de voorwaarden op duidelijkheid voor de consument worden getoetst. Tegelijkertijd heeft de NMa ook de vergelijkende websites aangesproken op hun verantwoordelijkheid voor het duidelijk maken van de actievoorwaarden van de producten die zij via hun site aanbieden. De vergelijkende websites geven aan dat ze wel de intentie hebben om de actievoorwaarden zo duidelijk mogelijk te maken, maar dat ze hierin afhankelijk zijn van de energiebedrijven. Er zijn op dit moment geen vergelijkende websites die aangeven zelfstandig de actievoorwaarden van producten te verduidelijken.

- Duidelijke 'vervolgtarieven'
Energieleveranciers maken soms gebruik van een onduidelijk 'vervolgtarief'. Dit is een tarief dat na het verlopen van een tijdelijk actietarief ingaat of wordt gehanteerd indien bij voortijdige opzegging het actietarief komt te vervallen. Deze 'vervolgtarieven' zijn vaak de zogenaamde slaperstarieven, maar zijn meestal niet te achterhalen voor de consument. Het is belangrijk dat de leverancier deze tarieven duidelijk vermeldt of duidelijk maakt waar het betreffende product inclusief tarief te vinden is. Enkele energieleveranciers hebben toegezegd dit door te voeren of dit soort producten niet te hanteren.

c) Begrijpelijke jaarkosten

Uit het mysteryshopper-onderzoek is gebleken dat het voor de consument niet duidelijk is dat de jaarkosten een indicatie zijn van de uiteindelijke kosten en slechts dienen als hulpmiddel om een vergelijking te maken. De Energiekamer NMa vindt het belangrijk dat de consument begrijpt dat zijn uiteindelijke jaarrekening aanzienlijk zal afwijken van de jaarkosten uit het aanbod. Websites zullen daarom de huidige benaming van 'kosten per jaar' of 'te verwachten jaarkosten' moeten vervangen door een duidelijkere benaming of deze beter toelichten. De meeste vergelijkende websites hebben toegezegd dit door te voeren.

1.5. Complexiteit van de energiemarkt

In de klankbordgroep van dit onderzoek hebben de aanwezige energieleveranciers en websites geconstateerd dat veel onduidelijkheid voor de consument, die de vergelijkbaarheid lastig maakt, voortkomt uit de structuur van de huidige energiemarkt. Ten eerste zijn sommige producten 'onnodig' ingewikkeld. Ten tweede moet er veel informatie worden gegeven om volledig te zijn waardoor, zoals te zien is in het mysteryshopper-onderzoek, consumenten soms echt 'de weg kwijt raken'.

- Ingewikkelde producten

De meeste energietarieven zijn opgebouwd uit vele componenten die voor een deel afhankelijk zijn van een postcode. Dit maakt deze producten onnodig ingewikkeld. De Energiekamer NMa noemt als voorbeelden een regioafhankelijk gastarief, een regioafhankelijk dubbeltarief en regiogebonden netwerkkosten. De toepasselijke regio voor de consument is lastig te achterhalen voor zowel de consument als de vergelijkende website. Energieleveranciers hebben echter wel de ruimte om zelfstandig hun producten te vereenvoudigen. Zo zijn er al partijen die werken met één gastarief en/of één dubbeltarief.

- Te veel informatie

Niet alleen het product zelf maar ook de presentatie van het product, onder andere op de vergelijkende websites, kan eenvoudiger als de consument niet alle verschillende componenten van het tarief te zien krijgt in het aanbod, maar slechts het vastrecht, het all-in tarief, de heffingskorting en de netwerkkosten. De Energiekamer NMa heeft uit de gesprekken met de energieleveranciers begrepen dat uit de Richtsnoeren Informatieverstrekking ten onrechte wordt begrepen dat alle tariefcomponenten apart moeten worden vermeld. De Richtsnoeren laten het echter toe om enkel de belangrijkste tariefcomponenten weer te geven (all-in tarief, vastrecht, netwerkkosten en heffingskorting). Het is hierbij wel van belang dat in de tariefinformatie alle kosten zijn meegenomen. Indien de Richtsnoeren verdere vereenvoudiging van de tariefinformatie in het aanbod in de weg staan, is de Energiekamer NMa bereid om deze zo nodig aan te passen.

Het is belangrijk om te beseffen dat de consument zonder goede prijsvergelijkers vrijwel onmogelijk de tarieven en voorwaarden bij alle energieleveranciers kan vergelijken en een 'beste' keuze kan maken. De Energiekamer NMa wil dan ook met haar conclusie recht doen aan het feit dat prijsvergelijkers de energiemarkt beter laten werken, zonder uit het oog te verliezen dat er ruimte is voor verbetering van de vindbaarheid en begrijpelijkheid van de informatie voor de consument.

1.6. Vooruitblik

De Energiekamer NMa heeft naar aanleiding van het onderzoek vorig jaar actie ondernomen om de informatievoorziening te verbeteren. Daartoe is de Energiekamer NMa een onderzoek gestart naar de naleving van de Richtsnoeren informatieverstrekking bij werving door de energiebedrijven op het internet. Niet alleen veel energiebedrijven, maar ook veel vergelijkende websites hebben hun informatie over tarieven naar aanleiding hiervan inmiddels zichtbaar verbeterd. De komende maanden zal de Energiekamer NMa alle energiebedrijven informeren over de uitkomsten van dit onderzoek. Daarnaast zal zij de energieleveranciers verzoeken om inzicht te geven in de manier waarop de organisatie binnen de eigen werkprocessen garandeert dat de wettelijke vereisten aan de contracten worden nageleefd. In haar dagelijkse toezicht zal de Energiekamer NMa met extra belangstelling kijken naar contracten c.q. naar de duidelijkheid van de voorwaarden.

Naar aanleiding van dit onderzoek zal de Consumentenautoriteit websites die zich onterecht voordoen als onafhankelijke prijsvergelijkers scherp in de gaten houden en zo nodig handhavend optreden om misleiding te voorkomen.

De Energiekamer NMa is van mening dat alle verbetervoorstellen uit dit rapport de consument ten goede komen. Het succes van deze verbetering is echter afhankelijk van de uitvoering door partijen in de aankomende maanden. De Energiekamer NMa constateert dat de meeste vergelijkende websites en sommige energieleveranciers een groot aantal verbeteringen al in gang hebben gezet.

2. LEESWIJZER

Dit rapport beschrijft de resultaten van het onderzoek naar de kwaliteit van websites die tarieven en voorwaarden voor energie vergelijken. Dit onderzoek heeft de Energiekamer NMa tussen oktober 2010 en juni 2011 uitgevoerd. In het rapport wordt dit het onderzoek fase 2 genoemd. Het onderzoek fase 1 betreft het onderzoek dat de Energiekamer NMa in samenwerking met de Consumentenautoriteit begin 2010 heeft gepubliceerd.

Hoofdstuk 3 beschrijft de aanleiding, doelstelling en aanpak van het onderzoek fase 2. Hierbij worden ook de criteria beschreven op basis waarvan de websites in drie groepen zijn verdeeld: prijsvergelijkers, overige websites die prijsvergelijkingen aanbieden, en wervingskanalen.

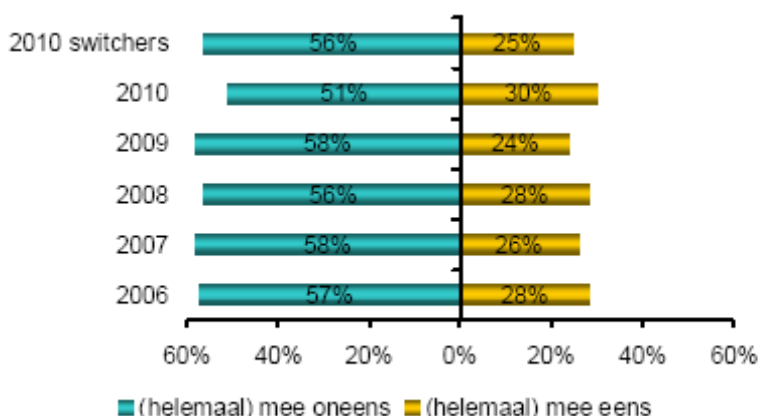
In hoofdstuk 4 en 5 worden de resultaten van het onderzoek toegelicht. Hoofdstuk 4 gaat dieper in op de resultaten van het mysteryshopper-onderzoek, waarbij het vinden en begrijpen van de aangeboden informatie door de consument een grote rol speelt. Hierin zijn de websites, anders dan in de rest van het rapport, ingedeeld in websites die personalia opvragen alvorens een vergelijking te presenteren en websites die dat niet doen. In hoofdstuk 5 worden de resultaten van de beoordeling door de Energiekamer NMa aan de hand van de vijf criteria correctheid, informatievoorziening, onafhankelijkheid, keuzemogelijkheid en duurzaamheid toegelicht. Deze beoordeling is gebeurd op basis van feitelijke toetsing.

Hoofdstuk 6 bevat de conclusies en de verbetervoorstellen die websites en energieleveranciers hebben gedaan naar aanleiding van de conclusies van dit onderzoek.

3. ACHTERGROND EN AANLEIDING ONDERZOEK KWALITEIT ENERGIEPRIJSVERGELIJKERS

3.1. Inleiding

Sinds de liberalisering van de energiemarkt in 2004 is het voor consumenten mogelijk om zelf voor een energieleverancier te kiezen. Inmiddels is de helft van de Nederlandse huishoudens overgestapt naar een andere leverancier of naar een ander contract bij de eigen leverancier. Dit betekent echter dat de andere helft van de consumenten nog nooit actief geweest is op de energiemarkt. Hierbij speelt een rol dat consumenten het nog lastig vinden om tarieven en voorwaarden van energieleveranciers te vergelijken.² 40% van de consumenten heeft behoefte aan vergelijkbare informatie over prijzen en kwaliteit van de dienstverlening. Bij consumenten die recent zijn overgestapt is dit zelfs hoger, namelijk 55%. Ook uit figuur 1 blijkt dat ervaren consumenten de energiemarkt nog minder inzichtelijk vinden dan onervaren consumenten.



Figuur 1: Resultaat stelling 'De energiemarkt is voor mij inzichtelijk', Bron: Consumentenmonitor 2010, Energiekamer NMa

De Energiekamer NMa is van mening dat het belangrijk is voor een goed werkende energiemarkt dat consumenten goede informatie kunnen verkrijgen, zodat zij in staat zijn een keuze te maken voor een energieleverancier. Uit het jaarlijkse consumentenonderzoek door de Energiekamer NMa blijkt dat het gebrek aan duidelijk informatie leidt tot minder vertrouwen in de energiemarkt, waardoor consumenten niet durven over te stappen. De Energiekamer NMa ziet het dan ook als haar taak om te bevorderen dat informatie duidelijk, vergelijkbaar en correct is. Websites die tarieven en voorwaarden van energiebedrijven vergelijken (hierna: vergelijkende websites), vervullen hierbij een belangrijke functie.

Uit ditzelfde consumentenonderzoek blijkt dat sinds 2010 het belang van vergelijkende websites als middel voor leveranciers om consumenten te werven is toegenomen. Het gebruik van andere wervingskanalen zoals telefonische werving en colportage neemt af, de variatie in het productaanbod stijgt en de prijsvoordelen voor consumenten via vergelijkende websites zijn steeds groter geworden, omdat hier forse kortingen worden gegeven. Daarnaast blijken deze websites inmiddels de meest gebruikte informatiebron voor consumenten.

Door dit toenemende belang van deze websites hecht de Energiekamer NMa er extra belang aan dat vergelijkende websites betrouwbaar en transparant zijn. Daarom doet zij regelmatig onderzoek naar de kwaliteit van deze websites.

3.2. Doel onderzoek naar websites die tarieven en voorwaarden van energiebedrijven vergelijken

Begin 2010 hebben de Energiekamer NMa en de Consumentenautoriteit (CA) voor het eerst samen een onderzoek gedaan naar de kwaliteit van vergelijkende websites.³ Naar dit onderzoek wordt verder verwezen in dit rapport als onderzoek fase 1. In aanvulling op de gebruikelijke beoordeling van websites aan de hand van de criteria correctheid, informatievoorziening, volledigheid, transparantie en onafhankelijkheid, is hierbij ook voor

² NMa/Energiekamer, Monitor kleinverbruikersmarkten gas en elektriciteit 2010, 2 maart 2011.

³ Tussen 2004 en 2007 heeft de Energiekamer NMa vier keer alleen onderzoek gedaan naar vergelijkende websites.

het eerst het instrument mysteryshopping gebruikt om inzicht te geven in de beleving van de aangeboden informatie door de consument.

In onderzoek fase 1 hebben de Energiekamer NMa en de CA in hun eindrapport de volgende conclusies en aanbevelingen opgenomen:

“Prijsvergelijkers zijn een handig hulpmiddel voor consumenten die tarieven en voorwaarden van energieleveranciers willen vergelijken. Zij bieden diverse voordelen. Prijsvergelijkers stellen consumenten in staat een betere vergelijking te maken en het kost minder tijd, omdat een consument niet bij elke energieleverancier afzonderlijk tarieven en voorwaarden hoeft te raadplegen. Bovendien zijn de beste actiekortingen vaak op prijsvergelijkers te vinden.

De Energiekamer NMa en CA constateren dat verdere verbeteringen in de informatievoorziening van de onderzochte prijsvergelijkers mogelijk en noodzakelijk zijn. Prijsvergelijkers en leveranciers hebben een gezamenlijke verantwoordelijkheid om met de geconstateerde verbeterpunten aan de slag te gaan.”.... “Prijsvergelijkers en leveranciers dienen ervoor te zorgen dat de informatie over tarieven en voorwaarden op de prijsvergelijker naadloos aansluit met de informatie die hierover is opgenomen in de contracten van energieleveranciers. Hierin is een forse verbetering noodzakelijk.”..

Voorts dienen prijsvergelijkers consumenten beter te informeren over de wijze waarop de gepresenteerde jaarkosten zijn berekend en welke factoren van invloed zijn op de hoogte van de jaarkosten die consumenten uiteindelijk betalen. De inschatting van de jaarkosten door prijsvergelijkers dient zo realistisch mogelijk te zijn.”.....

“Tot slot zijn de Energiekamer NMa en CA van mening dat de informatie over tarieven en voorwaarden voor consumenten kraakhelder moet zijn. Deze informatie schiet tekort. Daarom doet de Energiekamer NMa onderzoek naar de naleving van de Richtsnoeren informatieverstrekking door energieleveranciers, teneinde de informatieverstrekking te verbeteren. In een waarschuwingsbrief met betrekking tot de naleving van de richtsnoeren heeft de Energiekamer NMa aangekondigd dat bij onvoldoende verbetering zal worden overgegaan tot handhaving.”

In dit onderzoek (fase 2) wordt het onderzoek uit fase 1 herhaald. De Energiekamer NMa wil weten of de aanbevelingen door de energieleveranciers en websites zijn opgepakt. Met behulp van het mysteryshoppers onderzoek is de beleving van de consument onderzocht op deze punten (hoofdstuk 4). Dit onderzoek geeft antwoord op de volgende vragen:

1. Is de informatievoorziening over tarieven en voorwaarden verbeterd? Hierbij wordt met name gekeken naar actietarieven en voorwaarden.
2. Is duidelijk voor de consument dat de gepresenteerde jaarkosten in feiten een indicatie zijn van de kosten en dat deze slechts als doel hebben om beter te kunnen vergelijken?
3. Komt de informatie uit het aanbod via de vergelijkende website voor de consument herkenbaar terug in het door de leverancier toegestuurde contract?

In hoofdstuk 5 staat de feitelijke beoordeling van alle vergelijkende websites aan de hand van de criteria correctheid, informatievoorziening, volledigheid, onafhankelijkheid en duurzaamheid door de Energiekamer NMa centraal. Deze feitelijke beoordeling geeft de Energiekamer NMa inzicht of vergelijkende websites naar haar mening betrouwbaar en transparant zijn. Het antwoord op deze vraag leidt tot het antwoord op de belangrijkste vraag van dit onderzoek: *Kan de consument gerust via een vergelijkende website overstappen?*

Het eerdergenoemde onderzoek naar de naleving van de Richtsnoeren informatieverstrekking heeft inmiddels plaatsgevonden. Het algemene beeld is dat veel energieleveranciers hun informatievoorziening op hun websites hebben verbeterd. De NMa zal echter wel in een aantal gevallen over gaan tot handhaving en of een gesprek, met name vanwege onvolledigheid van tariefinformatie en onduidelijkheid van productvoorwaarden.

3.3. Aanpak onderzoek fase 2

De algemene opzet van dit onderzoek is vergelijkbaar met onderzoek fase 1. Er is wederom gebruikgemaakt van mysteryshoppers om de beleving van de consument te begrijpen, en van een toetsing door de Energiekamer NMa om de kwaliteit van de vergelijkende websites te meten. Het onderzoek is verbreed naar het beoordelen van

een aantal nieuwe websites, waaronder websites die niet vrij toegankelijk zijn of waar de consument zijn personalia achterlaat om teruggebeld te worden in plaats van via de website over te stappen.

Toetsingscriteria

Alle websites in dit onderzoek zijn getoetst aan de hand van de volgende criteria:

- informatievoorziening
- correctheid
- onafhankelijkheid
- keuzemogelijkheid (*was volledigheid in Onderzoek fase 1*)
- duurzaamheid

Voor de beoordeling van de vergelijkende websites aan de hand van de hierboven beschreven criteria is een toetsingskader ontwikkeld op basis waarvan elke website is beoordeeld. Dit toetsingskader is gedeeld met alle betrokken websites en leveranciers. Voor elk criterium is een score toegekend. Deze is vervolgens omgezet in een verdeling waarbij maximaal een + en minimaal een – te behalen is.

Beoordeling websites

Alle websites zijn in het laatste kwartaal van 2010 beoordeeld, maar ook tijdens de rest van het onderzoek zijn zij bezocht om grote wijzigingen te kunnen volgen. Dit is van belang om te zorgen dat conclusies in het rapport zo min mogelijk achterhaald zijn. Hierbij is de informatie op de websites vastgelegd met behulp van screenshots.

Van partijen die behoren tot dezelfde groep (Bedrijf/Eigenaar) en die een gelijke lay-out en engine hebben is slechts één website getoetst. De score van die toetsing geldt dan echter voor alle identieke websites. Zo is bijvoorbeeld van Benergy BV enkel *Gaslicht.com* getoetst. De score van *Gaslicht.com* geldt ook voor *Energiewereld.nl* en *Totaalwijzer.nl*.

Intentieverklaring en afstemming met websites en leveranciers

Om een volledig onderzoek te kunnen doen, zijn alle websites en leveranciers verzocht een intentieverklaring te ondertekenen. Met deze intentieverklaring hebben zij aangegeven volledige medewerking te verlenen aan de uitvoering van het onderzoek en de publicatie van de onderzoeksresultaten. De Energiekamer NMa heeft de benodigde medewerking gekregen van iedere betrokken partij, behalve van *Energietarieven.nl*. In de beoordeling van *Energietarieven.nl* ontbreken daarom de onderdelen waarvoor deze medewerking noodzakelijk was.

Voorafgaand aan de beoordeling van de websites is aan prijsvergelijkers en leveranciers een informatieverzoek verstuurd. Voor de controle op de juistheid van de tariefinformatie in het contract ten opzichte van de aanbieding is daarnaast aan websites en leveranciers gevraagd te reageren op individuele cases, waarin de mysteryshopper een verschil tussen aanbod en contract had geconstateerd. Zij kregen hierbij de gelegenheid om aan te tonen dat aanbod en contract wel overeenkomen. Deze aanpak heeft ook bij de betrokken partijen gezorgd voor meer inzicht in de beleving van de consument en in wat deze onduidelijk vindt.

Voor de afstemming van de resultaten van het onderzoek met de sector is twee keer gebruik gemaakt van een klankbordgroep, waarin leveranciers, vergelijkende websites en EnergieNederland (hierna: de sector) samen zitting hadden. Daarnaast hebben alle partijen tijdens het gehele proces de mogelijkheid gehad om schriftelijk, telefonisch of persoonlijk te reageren op hun beoordeling en de verwerking daarvan in het rapport. Ten slotte is een aantal vergelijkende websites en leveranciers initiator geweest of hebben zij meegedacht over de mogelijke verbeteringen, die zijn opgenomen in dit rapport.

Alle vrijwillige medewerking door websites en leveranciers, zoals het verstrekken van informatie, feedback en suggesties voor verbeteringen, heeft grote meerwaarde gehad voor de uitkomsten van dit onderzoek.

3.4. De markt van vergelijkende websites voor consumenten - Afbakening

De Energiekamer NMa heeft in dit onderzoek (fase 2) de onderzochte vergelijkende websites in drie categorieën ingedeeld:

1. Prijsvergelijkers

In dit onderzoek vallen websites alleen in deze categorie als zij voldoen aan de volgende criteria:

- De website richt zich op het vergelijken van energieprijzen voor de consument

- De website doet een persoonlijk aanbod (op maat)
- De website is onafhankelijk (score +)
- De website is vrij toegankelijk en de website toont direct het resultaat van de prijsvergelijking zonder nader in contact te treden met de consument
- Op de website wordt de mogelijkheid geboden om een contract af te sluiten of de consument wordt doorgeleid naar de website van de leverancier om daar een contract af te sluiten

2. Overige websites die prijsvergelijkingen aanbieden

Dit zijn websites die niet aan alle vereisten van prijsvergelijker voldoen. Bijvoorbeeld als een website niet openbaar toegankelijk of niet volledig onafhankelijk is.

3. Wervingskanalen

Dit zijn websites die na het opvragen van de personalia een aanbod doen namens één of een aantal energieleveranciers waarmee zij een contract hebben. Het zijn de enige vergelijkingswebsites waarbij de input van de klant (verbruik, regio) niet leidt tot een andere uitkomst in de top 5 in zijn aanbieding via e-mail of op het internet. Voor deze websites staat niet de vergelijking centraal, maar het werven van klanten voor een bepaalde energieleverancier.

Prijsvergelijkers	Bedrijf/Eigenaar
DeEnergiegids.nl	Kerona
Easyswitch.nl	Easyswitch B.V.
Energieleveranciers.nl	Isatis B.V.
Energieplaza.nl	EnergiePlaza B.V.
Energieprijzen.nl	Sanoma Digital The Netherlands B.V.
Energiereningen.nl	Internet Connections
Energieverbruiker.nl	Internet Connections
Energievergelijker.nl	Internet Connections
Energiewereld.nl	Benergy B.V.
Gaslicht.com	Benergy B.V.
Prizewize.nl	Prize Wize Holding B.V.
Totaalwijzer.nl	Benergy B.V.
Overige websites die prijsvergelijkingen aanbieden	
Consumentenadviseur.nl	De Consumentenadviseur B.V.
Energietarieven.nl	W.B.R. Communicatie B.V.
Energievergelijken.nl	Beekhuizen Management B.V.
Wervingskanalen	Bedrijf/Eigenaar
Allesoverbesparen.nl	The Invited B.V.
Besparen-kan.nl	Motto Products B.V.

Tabel 1: Beoordeelde partijen

Vergelijkenergie.nl neemt in dit onderzoek een bijzondere plaats in. Deze website is halverwege het onderzoek gestopt met haar activiteiten en na een aantal veranderingen weer begonnen. Deze website is wel meegenomen in het mysteryshopper-onderzoek (hoofdstuk 4), maar niet meer in de feitelijke beoordeling door de Energiekamer NMa (hoofdstuk 5). Op grond van de wijze waarop vergelijkenergie.nl opereert, neemt de Energiekamer NMa aan dat als deze website wel verder in het onderzoek was meegenomen, deze zou zijn ingedeeld in de categorie wervingskanaal.

In dit onderzoek zijn bepaalde soorten websites niet meegenomen, namelijk:

- *Samenwerkingsrelaties tussen belangenorganisaties en prijsvergelijkers*
Enkele belangenorganisaties hebben een samenwerkingsrelatie met een prijsvergelijker, waarbij de website van de belangenorganisatie wordt gebruikt als 'portal' voor de prijsvergelijker. Leden van de

belangenorganisatie kunnen soms extra korting krijgen als via de website van de belangenorganisatie het contract wordt afgesloten. Bekende voorbeelden hiervan zijn de Consumentenbond en Vereniging Eigen Huis, die samenwerken met respectievelijk Prizewize.nl en Gaslicht.com.

- *Prijsvergelijkingen op de websites van energieleveranciers*

Enkele energieleveranciers, zoals De Nederlandse Energie Maatschappij en Energie:direct, hebben een eigen prijsvergelijking op hun website staan. Het gaat hier om een beperkte vergelijking van tarieven met die van enkele andere energieleveranciers. Deze prijsvergelijkingen zijn in eigendom van de leverancier, die ook de content van de site bepaalt. Hierdoor zijn deze vergelijkingen niet onafhankelijk.

4. RESULTATEN ONDERZOEK MYSTERY SHOPPERS

4.1. Opzet onderzoek mysteryshoppers

De Energiekamer NMa heeft voor de uitvoering van het onderzoek gebruikgemaakt van mysteryshoppers van het onderzoeksbureau TNS NIPO. Omdat de ingezette mysteryshoppers in feite optreden als gewone consumenten, zijn hun bevindingen een goede graadmeter voor hoe de informatie die door websites en leveranciers gedurende het overstapproces wordt verstrekt door consumenten wordt gevonden en begrepen.

Bij mysteryshopper-onderzoek is er sprake van een onderzoek naar de beleving van de consument. De resultaten van het mysteryshopper-onderzoek moeten dus niet opgevat worden als een analyse van de werkelijke situatie. Zo geven de mysteryshoppers aan dat in ongeveer 75% van de cases een verschil te zien is tussen de informatie op het ontvangen contract en de aanbieding op de website. Dit wil echter niet zeggen dat die informatie ook *daadwerkelijk* verschilt.

Mysteryshopping bij websites die geen personalia opvragen

Bij de uitvoering van het mysteryshopping-onderzoek heeft TNS-NIPO vooraf voor elke mysteryshopper bepaald via welke website de mysteryshopper moest overstappen. Daarnaast is vooraf bepaald op basis van welk profiel de mysteryshopper moest overstappen. Dit profiel bestond uit een aantal variabelen, zoals de keuze van leverancier, de keuze van de looptijd (onbepaald of 1, 2 of 3 jaar) en de keuze van contractvorm (vast/variabel). Kon een mysteryshopper op basis van het voorgeschreven profiel kiezen tussen producten van dezelfde leverancier, dan diende de mysteryshopper het goedkoopste aanbod te selecteren. Kon er op basis van het voorgeschreven profiel geen keuze worden gemaakt voor de leverancier van het profiel, dan diende de mysteryshopper een product te kiezen van een andere leverancier die wel voldeed aan de overige profieleisen. Met deze werkwijze is voor voldoende spreiding gezorgd.

In totaal hebben 30 mysteryshoppers 134 contracten afgesloten. Hierbij zijn voor elk van de 10 onderzochte websites tenminste 12 contracten afgesloten (zie ook tabel 2). De mysteryshoppers hebben verspreid over de periode oktober – november 2010 de websites bezocht.

Website	Meting I 2010	Meting II 2010
DeEnergiegids.nl	11	14
Easyswitch.nl	17	15
Energieleveranciers.nl	13	12
Energieplaza.nl	13	14
Energieprijzen.nl	13	13
Energiereningen.nl	11	
Energietarieven.nl		12
Energieverbruiker.nl	10	
Energievergelijken.nl	14	13
Energievergelijker.nl	11	13
Energiewereld.nl	10	
Gaslicht.com	11	15
Prizewize.nl	11	13
Totaalwijzer.nl	11	
Totaal	156	134

Tabel 2: Spreiding mysteryshoppers over websites die geen personalia opvragen in onderzoek fase 1 en fase 2

Alle mysteryshoppers hebben van TNS NIPO uitgebreide instructies gekregen over de informatie die moest worden vastgelegd met behulp van het maken van screenshots. Deze informatie is gebruikt om te toetsen of de aangetroffen informatie op de website overeenkomt met de informatie in het toegestuurd contract.

Mysteryshopping bij websites die personalia opvragen

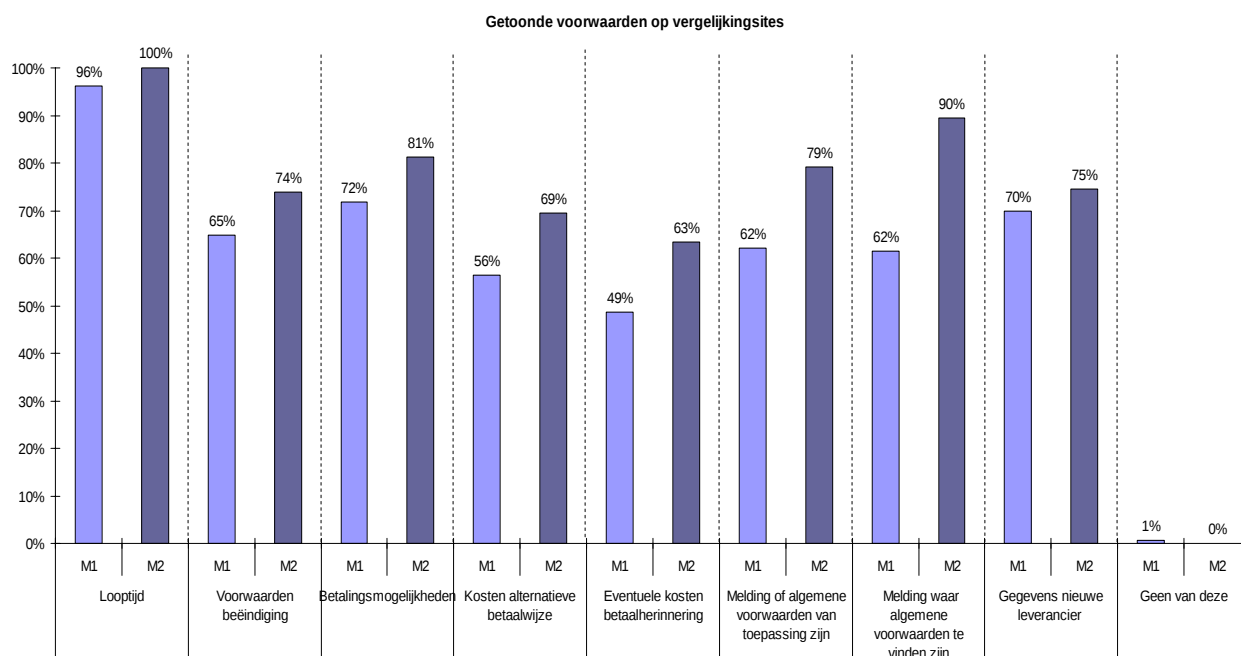
Op sommige websites kan de consument niet direct tarieven en voorwaarden van energieleveranciers vergelijken, maar moet hij eerst persoonlijke gegevens, zoals naam, telefoonnummer en e-mailadres invullen.⁴ Hierdoor is bij vier websites (Consumentenadviseur.nl, Allesoverbesparen.nl, Besparen-kan.nl en Vergelijkenergie.nl) de opzet van het mysteryshopper-onderzoek op een aantal punten anders dan het mysteryshopper-onderzoek naar websites die geen personalia opvragen. Dit heeft te maken met het gegeven dat websites die personalia opvragen in de meeste gevallen geen vergelijking op de website aanbieden, maar per telefoon en/of per e-mail. Daardoor hebben mystery shoppers ook niet altijd met behulp van screenshots het proces vast kunnen leggen. Wel heeft de mysteryshopper aan de hand van een vragenlijst zo veel mogelijk informatie verzameld.

In totaal hebben verschillende mysteryshoppers per website 5 contracten afgesloten. Er zijn dus veel minder cases dan bij de websites die geen personalia opvragen. De bevindingen in dit hoofdstuk voor de websites die personalia opvragen zijn daarom indicatief van aard.

4.2. Resultaten mystery shopper onderzoek – Websites die geen personalia opvragen

Aanmelding en opzegging

In 75% van de cases hebben mysteryshoppers direct op de site van een website een contract kunnen afsluiten. In de overige cases werden mysteryshoppers via de website gelinkt naar de website van de leverancier, waar een contract werd afgesloten. Bijna elke overstap werd per e-mail bevestigd. In de meeste gevallen stuurde de leverancier na aanmelding direct het contract op, terwijl in een aantal gevallen de mysteryshopper moest nabellen om het contract te ontvangen. In totaal hebben de mysteryshoppers in 116 van de 134 cases een contract ontvangen.⁵ Het opzeggen van het contract binnen de afkoelperiode van 7 dagen door de mysteryshopper ging in vrijwel alle gevallen goed. Ook in de eerste meting is al geconstateerd dat de opzegprocedure goed verloopt.



Figuur 2: Gevonden voorwaarden door mystery shoppers (bron: TNS NIPO)

⁴ Postcode, huisnummer en verbruik is van belang voor de vergelijking en wordt door alle websites gevraagd.

⁵ In de meeste van deze gevallen was echter wel een bevestiging door de prijsvergelijker toegestuurd.

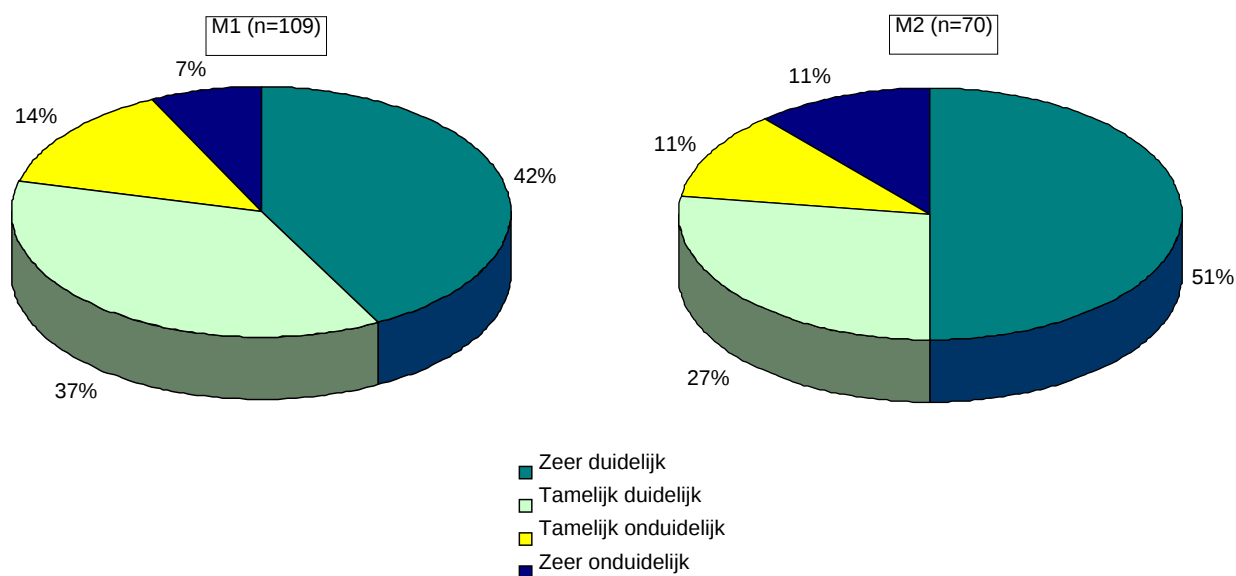
Het kunnen vinden van informatie

De belangrijkste tariefcomponenten, zoals het all-in tarief (leveringstarief inclusief BTW en REB en in het geval van gas de gasregio toeslag) en het transporttarief, zijn voor de mysteryshoppers in de meeste cases (89%) makkelijk tot zeer makkelijk vindbaar op de website. Hetzelfde geldt voor de belangrijkste voorwaarden, zoals looptijd en de betaalmogelijkheden; in 79% van de gevallen kunnen de mysteryshoppers deze makkelijk tot zeer makkelijk vinden. Niet alle voorwaarden zijn overigens zo makkelijk vindbaar voor de mysteryshoppers. Zo worden de voorwaarden voor beëindiging van het contract in 26% van de cases niet gevonden. De totale vindbaarheid van informatie is verbeterd sinds het fase 1 onderzoek.

Duidelijkheid inhoud actie en actievoorwaarden

Leveranciers bieden hun meest aantrekkelijke aanbiedingen vaak aan in de vorm van acties. De meest aantrekkelijke acties bieden een korting of cashback (korting die aan het einde van de looptijd wordt uitgekeerd) of een hoeveelheid gratis stroom. In het onderzoek fase 1 gaven de mysteryshoppers in bijna een kwart van de cases aan dat de inhoud van een actie onduidelijk was of dat de voorwaarden van een actie niet te vinden waren. Ook in dit onderzoek hebben de mysteryshoppers vooral moeite met het doorgronden van de inhoud van de actie en met het vinden van de bijbehorende actievoorwaarden. Soms wordt iets tot een actie bestempeld, maar is het niet duidelijk voor de consument waarin deze aanbieding verschilt van het reguliere product van de energieleverancier. Het blijkt verwarrend als een regulier tarief een 'actietarief' wordt genoemd, waar vervolgens geen bijzondere voorwaarden aan verbonden zijn. Op andere momenten is het actietarief zeer ingewikkeld samengesteld. Worden de actievoorwaarden wel gevonden, dan blijkt dat vooral voorwaarden van acties met een korting of een cashback onduidelijk zijn.⁶

Was het voor u duidelijk wat de actie of korting precies inhield?



Figuur 3: Duidelijkheid van de actie volgens de mystery shopper in fase 1 (M1) en fase 2 (M2) (bron: TNS NIPO)

De Energiekamer NMa concludeert dat hoewel de meeste websites bijna alle informatie vermelden, er een dusdanig overaanbod aan informatie is dat de consument moeite heeft om informatie eruit te halen die voor hem op dat moment relevant is. Het zou dus goed zijn om te onderzoeken of de informatie op de websites compacter en simpeler kan, waardoor de duidelijkheid en vergelijkbaarheid beter wordt. Het is evident dat de websites hier een grote stap in kunnen maken, maar dat op het gebied van actievoorwaarden, tarieven en contracten de inzet van de energieleveranciers zelf onontbeerlijk is.

Uit de klankbordgroep is van meerdere kanten de opmerking gekomen dat de perceptie lastig te verbeteren is, omdat energie zo'n ingewikkeld product is. Er is sprake van verschillende variabelen die de prijsstelling bepalen,

⁶ De zin 'deze korting wordt verrekend met de eerst komende jaarnota' kan in de praktijk betekenen dat zij wordt uitgekeerd na 3 of na 18 maanden. Dit is onduidelijk.

zoals het kale leveringstarief, het verbruik, de energiebelasting, btw en de netwerkkosten. Verder zijn veel verschillende onderdelen van de prijs afhankelijk van zaken die vaak niet bekend zijn bij de consument, zoals zijn gasaansluiting (G1-6), capaciteitsmeter, enkel- of dubbeltarief, nacht- of avondtarief en zijn gasregio. Door al deze variabelen is het voor de vergelijkende websites al lastig een goede berekening te geven van de geschatte jaarkosten, maar zeker voor de consument is dit moeilijk te volgen.

Daar komt nog bij dat acties ingewikkelde constructies kunnen hebben. Voorbeelden zijn verschillende uitkeermomenten van de korting (cashback): bijvoorbeeld pas 3 maanden nadat het jaarcontract is afgelopen en de automatische verlenging met nog een jaar al is ingegaan⁷. En als er kortingen worden gegeven op nog niet bekend zijnde tarieven, wordt de actie ook voor de prijsvergelijker moeilijk uit te leggen. De Energiekamer NMa en de sector zien echter wel mogelijke verbeterpunten. Deze komen in het laatste hoofdstuk aan de orde.

Quotes mysteryshoppers over onduidelijke inhoud van actie

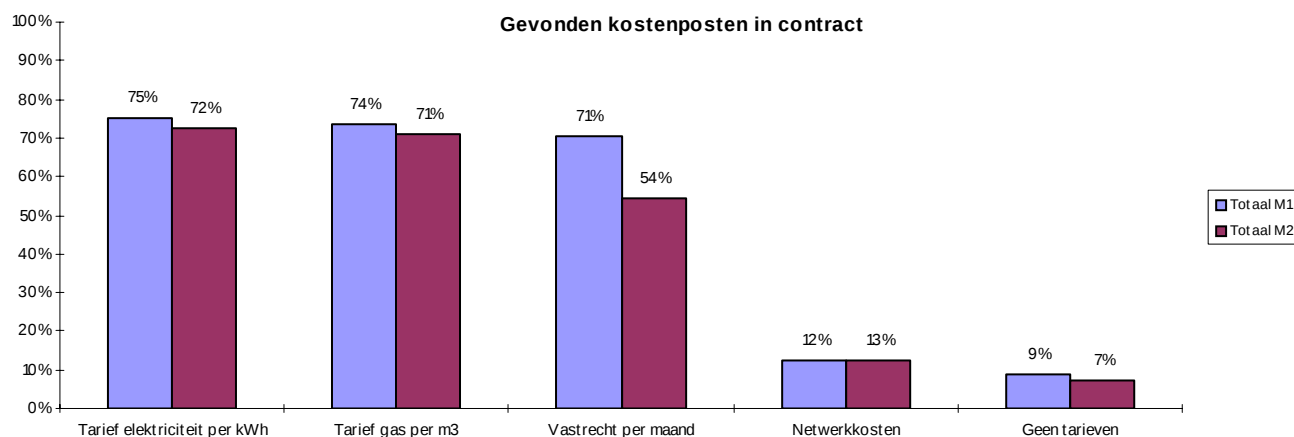
“Er staat alleen dat het product in het eerste jaar een actietarief hanteert. Wat dit tarief is, is niet duidelijk vermeld.”

“Er staat op de website 'speciaal actie tarief' maar op deze en volgende pagina's zie ik niets terug komen met een uitleg omtrent dit actietarief.”

“Er wordt aangegeven dat de korting 220 euro is en dat deze al verwerkt is in de jaarprijs. Hierdoor kan de maandprijs 18 euro hoger uitvallen. Dit begrijp ik niet.”

“Ik kan nergens een beschrijving van de actie vinden, achter het kopje 'actievoorwaarden stroom/gas' staat alleen de opmerking 'geen'.”

“Er werd melding gemaakt van actietarief maar er wordt niet gegeven wat het standaard tarief is.”



Figuur 4: Door mystery shoppers aangetroffen tariefcomponenten in het contract in fase 1 (M1) en fase 2 (M2).

Onduidelijke contracten van leveranciers

Als een mystery shopper een contract ontvangt van een leverancier, ontbreekt het volgens die mysteryshopper nogal eens aan essentiële informatie. Zo geven de mysteryshoppers in 28% van de cases aan dat het contract geen leveringstarief van elektriciteit bevatte.

Verskil tussen aanbieding en contract

Bij het toetsen van het verschil tussen het aangetroffen tarief op de website en die in het contract zien mysteryshoppers in circa 75% van de cases een verschil tussen de twee (zie figuur 5). Dit is eenzelfde score als in de meting van onderzoek fase 1. Er hoeft in werkelijkheid geen verschil te zijn. Net als in de meting van 2010 is geconstateerd dat het merendeel van de gecontroleerde contracten niet daadwerkelijk afwijkt van de aanbieding.

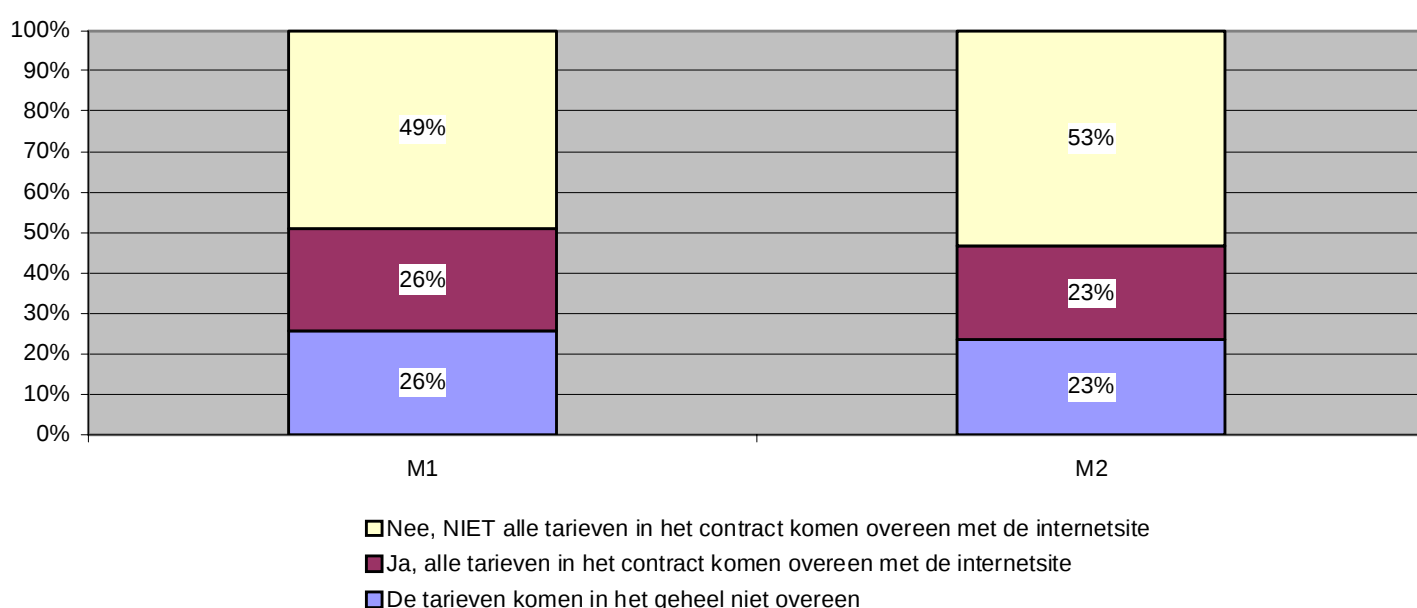
⁷ En de actie dus in de praktijk een 2-jarig contract in plaats van een 1-jarig contract beslaat.

Echter uit de toelichting van de mysteryshoppers op de vergelijkbaarheid van de tariefinformatie uit de aanbieding en het contract blijkt dat zij de indruk hebben dat ze niet krijgen waarvoor ze hebben gekozen.

Het gepercipieerde verschil tussen de tariefinformatie in het aanbod en het contract blijkt te liggen in vorm en inhoud van de contracten van leveranciers. Voor een goede vergelijking lopen consumenten namelijk tegen vier belemmeringen aan:

1. Er is geen contract, of dit contract is niet op schrift⁸ gesteld;
2. Er staan geen tarieven in het contract of essentiële componenten van de tarieven ontbreken, zoals energiebelasting;
3. Het contract bevat wel de tarieven, maar deze zijn onderdeel van een lijst van tarieven die de leverancier hanteert en de consument heeft niet de informatie om te kunnen bepalen welke voor hem van toepassing is;
4. Het aanbod en het contract bevatten verschillende benamingen voor tariefcomponenten.

Overeenkomst tarieven website en contract



Figuur 5: Door mysteryshoppers aangetroffen overeenkomsten in tarieven in de aanbieding op de website en het contract in fase 1 (M1) en fase 2 (M2).

Quotes van mysteryshoppers over onduidelijke contracten

"Het is lastig te controleren doordat de site en het contract andere benamingen hanteren."

"Het is niet duidelijk uit het contract wat voor mij persoonlijk de kosten zijn. Terwijl dit op de site wel wordt berekend en weergegeven voor mijn persoonlijke situatie."

"Het is een tabel met daarin de standaardtarieven."

"De stroomtarieven staan in het contract voor 8,25 eurocent per kWh, op de site stonden ze voor 8,18 cent."

Figuur 6 illustreert de verwarring bij een mysteryshopper door de vermelding van alle mogelijke tarieven voor gas voor de betreffende consument inclusief een overzicht van Nederland waarop de consument zijn regio moet zoeken. In de praktijk blijkt dit zeer lastig. Figuur 7 en 8 illustreren dat het voor een consument ook moeilijk is de aanbieding te herleiden naar het contract als dit contract weinig tot geen informatie bevat, terwijl op de website waar het aanbod werd gepresenteerd alle mogelijke informatie werd getoond, nog uitgebreider dan de

⁸ Contracten dienen beschikbaar te zijn op een zogenaamde duurzame gegevensdrager. In sommige gevallen ontvangen mysteryshoppers een e-mail met een verwijzing naar een webpagina die met een inlogcode te benaderen is. Het contract is echter niet in pdf-vorm of anderszins beschikbaar gesteld om te kunnen bewaren.

Richtsnoeren informatieverstrekking verlangen (figuur 9). Het is dus essentieel voor het begrip van de consument dat de informatie in het contract afgestemd is op de informatie in het aanbod.

Leveringsprijzen Garantieprijs gas herfst 10 tot 01-01-12				
Gas				
Vastrecht (vaste kosten) per maand	€ 1,99 (incl. BTW)			
	Leveringstarief	Energiebelasting**	BTW	Totaal
Gasprofiel 1* (Tarief per m³)				
Regio 1	€ 0,30779	€ 0,16290	€ 0,08943	€ 0,5601
Regio 2	€ 0,31418	€ 0,16290	€ 0,09065	€ 0,5677
Regio 3	€ 0,30960	€ 0,16290	€ 0,08978	€ 0,5623
Regio 4	€ 0,30470	€ 0,16290	€ 0,08884	€ 0,5564
Regio 5	€ 0,31164	€ 0,16290	€ 0,09016	€ 0,5647
Regio 6	€ 0,31136	€ 0,16290	€ 0,09011	€ 0,5644
Regio 7	€ 0,31336	€ 0,16290	€ 0,09049	€ 0,5668
Regio 8	€ 0,30534	€ 0,16290	€ 0,08897	€ 0,5572
Regio 9	€ 0,31056	€ 0,16290	€ 0,08996	€ 0,5634
Regio 10	€ 0,31035	€ 0,16290	€ 0,08992	€ 0,5632
Gasprofiel 2* (Tarief per m³)				
Regio 1	€ 0,30275	€ 0,16290	€ 0,08847	€ 0,5541
Regio 2	€ 0,30914	€ 0,16290	€ 0,08969	€ 0,5617
Regio 3	€ 0,30456	€ 0,16290	€ 0,08882	€ 0,5563
Regio 4	€ 0,29966	€ 0,16290	€ 0,08789	€ 0,5505
Regio 5	€ 0,30660	€ 0,16290	€ 0,08921	€ 0,5587
Regio 6	€ 0,30632	€ 0,16290	€ 0,08915	€ 0,5584
Regio 7	€ 0,30832	€ 0,16290	€ 0,08953	€ 0,5608
Regio 8	€ 0,30030	€ 0,16290	€ 0,08801	€ 0,5512
Regio 9	€ 0,30552	€ 0,16290	€ 0,08900	€ 0,5574
Regio 10	€ 0,30531	€ 0,16290	€ 0,08896	€ 0,5572
Energiebelasting 2010				
** Dit tarief geldt voor een verbruik van 1-5000 m³.				
Voor een verbruik van 5001 - 170.000 m³ geldt een Energiebelastingstarief van			€ 0,14110 (excl. BTW)	
*Gasprofiel 1: verbruik maximaal 5.000 m³ per jaar en een gasmeter G6 of kleiner				
Gasprofiel 2: alle overige aansluitingen met gasmeters groter dan G6 en kleiner dan G40				
Zie bijlage voor regiokaart				



Figuur 6: Voorbeeld van een tariefweergave in een contract van een leverancier

Tarief:

Gas

Abonnementskosten	1,99	euro per maand
Regiotoeslag	7,96	eurocent per m ³
Leveringstarief gas	26,82	eurocent per m ³
Totaalbedrag	34,78	eurocent per m ³

Tarieven zijn inclusief BTW en exclusief energiebelasting, heffingen en tarieven van de netbeheerder.

Figuur 7: Contract waarin nauwelijks informatie wordt geboden

U heeft gekozen voor het volgende product:

Contractvorm : vaste tarieven (electriciteit)

Product : gas en elektriciteit

Contractduur : 1 jaar

Tarief per kWh : €0,0916 (piek) €0,0607 (dal) €0,0803 (enkel)

Middels deze actie profiteert u van een vaste prijs gas t/m 31-12-2011 van € 0,3118 (inclusief btw) per m³

Figuur 8: Contract waarbij nauwelijks informatie wordt geboden.

All-in prijs stroom (per kWh)	€ 0,202	€ 0,216
All-in prijs stroom (per kWh)	€ 0,202	€ 0,216
(Geldig tot max. 10.000 kWh)		
All-in prijs gas (per m³)	€ 0,409	€ 0,544
(Geldig tot max. 5.000 m³)		
Vastrecht stroom en gas (per jaar)	€ 47,70	€ 59,98
Laatste prijswijziging	04 May 2011	
* Let op! Als er sprake is van een variabel tarief kan het tarief in de loop van het contract verande		
Leveringskosten (per jaar inclusief BTW)	€ 1.113,64	€ 1.417,15
Stroom		
Vaste leveringskosten	€ 23,85	€ 26,99
Variabele leveringskosten	€ 241,57	€ 289,47
Energiebelasting stroom	€ 466,90	€ 466,90
Heffingskorting	€ -379,16	€ -379,16
Totaal leveringskosten stroom	€ 353,16	€ 404,20
Gas		
Vaste leveringskosten	€ 23,85	€ 32,99
Variabele leveringskosten	€ 385,56	€ 617,97
Regiotoeslag GasTerra	€ 0,00	€ 10,92
Energiebelasting gas	€ 351,07	€ 351,07
Totaal leveringskosten gas	€ 760,48	€ 1.012,95
Totaal leveringskosten	€ 1.113,64	€ 1.417,15
Netwerkkosten (per jaar inclusief BTW)	€ 377,36	€ 377,36
Stroom		
Periodieke aansluitvergoeding	€ 20,56	€ 20,56
Vastrecht transport	€ 21,42	€ 21,42
Capaciteitstarief	€ 141,37	€ 141,37
Systeemdiensten	€ 4,77	€ 4,77
Meterkosten	€ 30,59	€ 30,59
Totaal netwerkkosten stroom	€ 218,72	€ 218,72
Gas		
Periodieke aansluitvergoeding	€ 24,42	€ 24,42
Vastrecht transport	€ 21,42	€ 21,42
Capaciteitstarief	€ 89,54	€ 89,54
Meterkosten	€ 23,26	€ 23,26
Totaal netwerkkosten gas	€ 158,64	€ 158,64
Totaal	€ 1.491,00	€ 1.794,51

Figuur 9 Grote hoeveelheid informatie in aanbod van prijsvergelijker

4.3. Resultaten mysteryshopper onderzoek – websites die personalia opvragen

Aanmelding en opzegging

De stappen die de consument moet nemen om een contract af te sluiten met een leverancier op websites die personalia opvragen, wijkt af van die op de websites die geen personalia opvragen. Besparen-kan.nl, Allesoverbesparen.nl en consumentenadviseur.nl hebben als ingang een website waarop de consument persoonlijke informatie kan achterlaten, zoals naam, adres, telefoonnummer en e-mailadres, plus verbruiksgegevens en informatie over de huidige leverancier (naam en soort contract). Vervolgens toont de website een niet op de consument toegesneden overzicht van de mogelijke besparingen bij een overstap. Vergelijkbare informatie wordt tegelijkertijd ook per e-mail aan de consument gestuurd. Ten slotte krijgt de consument, indien gewenst, per telefoon een persoonlijk aanbod. Na aanvaarding van het aanbod volgt, meestal per e-mail, een contractbevestiging en uiteindelijk per post het contract van de leverancier. In het geval van consumentenadviseur.nl wordt na betaling een wel op de consument afgestemde online vergelijking gegeven.

Ook bij deze websites gaat het aanmelden en vervolgens opzeggen van het contract binnen de 7 dagen bedenktijd in vrijwel alle gevallen goed.

Quotes van mysteryshopper over de overstap via een site die personalia opvraagt

"Ik vind het opmerkelijk dat de site, zonder mijn daadwerkelijke verbruik te weten, voorspelt hoeveel ik ga besparen."

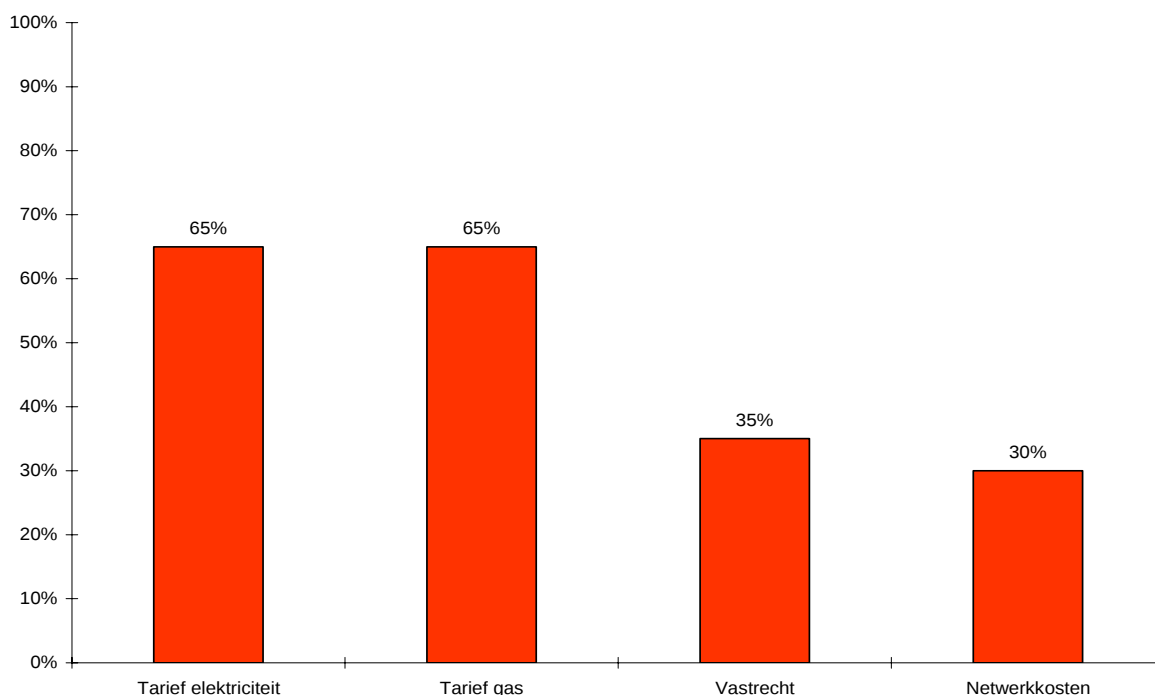
"Na het invullen van de algemene gegevens op de site ontving ik direct een e-mail, waarin vermeld werd dat ik gebeld zou worden door een bespaaradviseur. Deze nam een dag later contact met mij op en besprak vrij vluchtig één aanbieding, waar ik op inging. De informatie tijdens het telefoongesprek bleef vrij summier, en wanneer ik privé zou willen overstappen, zou ik niet op dit aanbod zijn ingegaan. De medewerker heeft direct het een en ander in gang gezet en een schriftelijke bevestiging van de leverancier volgde. Ik had het prettiger en duidelijker gevonden wanneer de medewerker van de site een e-mail had gestuurd waarin de telefonische afspraken nogmaals werden weergegeven."

Aangeboden informatie

De waardering van de mysteryshopper over de aangeboden informatie via websites die personalia opvragen is zeer afhankelijk van het kanaal dat de betreffende website gebruikt om een aanbod te doen. Bij telefonisch contact wordt de aangeboden informatie vrijwel altijd onduidelijker en onvollediger gevonden dan bij een aanbod dat per e-mail wordt gedaan. Zo vinden bijvoorbeeld alle mysteryshoppers die gebruik hebben gemaakt van een website die personalia opvraagt die een telefonisch aanbod deed, het moeilijk tot zeer moeilijk om de verschillende kostenposten te onderscheiden.

Mysteryshoppers vinden in 55% van de cases de aangeboden informatie uiteindelijk voldoende volledig om een goede afweging te kunnen maken om op het aanbod in te gaan. In 45% van de cases wil de mysteryshopper meer informatie alvorens over te stappen.

Welke specifieke kostenposten werden in het aanbod getoond of genoemd?



Figuur 10: Getoonde of vermelde kostenposten in het aanbod

Figuur 10 geeft aan dat bij het aanbod voornamelijk de leveringskosten worden vermeld, en dat slechts in 30% van de cases de mysteryshopper informatie heeft ontvangen over de netwerkkosten. Ook blijkt dat mysteryshoppers in slechts 35% van de cases in de contractbevestiging per e-mail informatie krijgen over de overeengekomen tarieven. Het kan dus voorkomen dat de consument zowel in zijn aanbod, zijn bevestiging en later in zijn contract geen duidelijke en volledige tariefinformatie krijgt over het gekozen energieproduct.

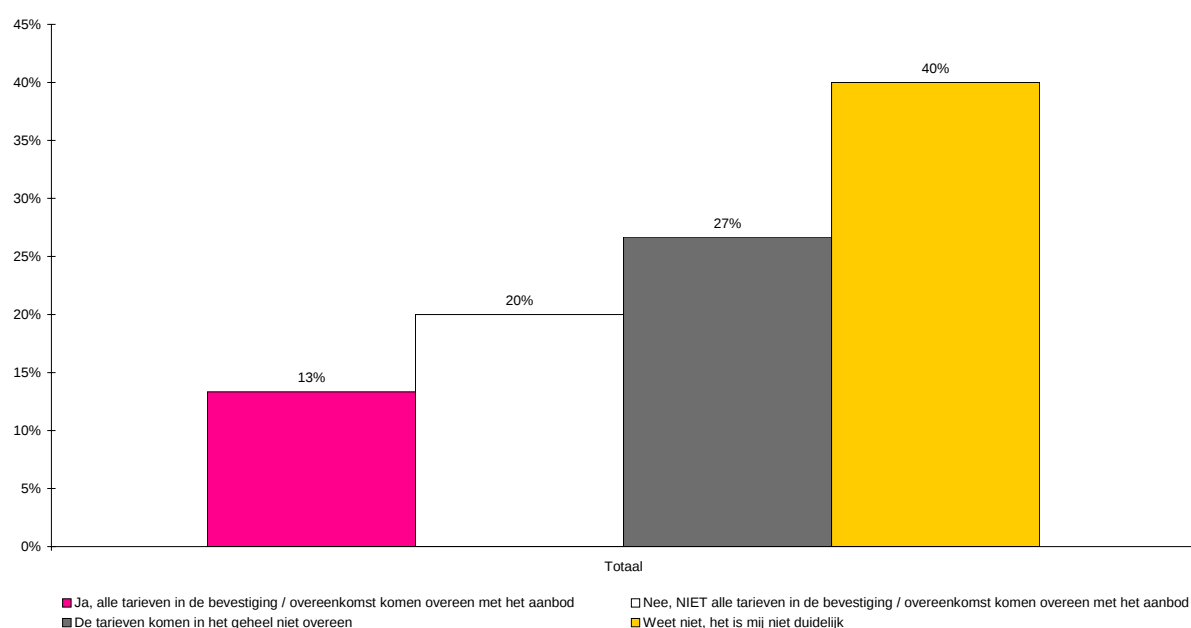
Duidelijkheid van de inhoud van de actie en actievoorwaarden

In veel minder gevallen dan bij de websites die geen personalia opvragen is er volgens de mysteryshopper sprake van een actietarief of korting: mystery shoppers geven in 35% van de cases aan een actie te hebben aangetroffen bij de websites die personalia opvragen. Is er een actie, dan valt op dat in 3 van de 7 cases de actievoorwaarden ontbraken.

Vershil tussen aanbieding en contract

Websites die personalia opvragen vertonen dezelfde problemen als de websites die geen personalia opvragen: er worden verschillen ervaren tussen de informatie in de aanbieding en de informatie in het uiteindelijke contract van de leverancier. Mede op basis van het hierboven geconstateerde is het daarom niet vreemd dat slechts 13% de tariefinformatie uit zijn aanbod volledig herkent in zijn contract. In 40% van de cases vinden mysteryshoppers de informatie zo onduidelijk dat ze zelfs niet kunnen zeggen of de tarieven wel of niet overeenkomen (zie figuur 10).

Komen de tarieven zoals gemeld in de overeenkomst overeen met de tarieven in het aanbod?



Figuur 11: Verschil tussen tarieven in aanbod en contract

4.4. Verwachte of geschatte jaarkosten?



Figuur 12: Perceptie van mysteryshopper over afwijken van geschatte jaarkosten bij variabele tarieven

Uit het jaarlijkse onderzoek dat de Energiekamer NMa onder consumenten uitvoert blijkt dat de kennis van de consument over de werking van de energiemarkt, en met name complexe zaken zoals de verschillen tussen variabele en vaste tarieven, beperkt is⁹. Ook komt uit dit rapport naar voren dat de consument de energiemarkt erg complex en weinig inzichtelijk vindt. Het mysteryshopper-onderzoek bevestigt dit beeld.

Bij het oordelen over een stelling over de berekening van jaarkosten bij variabele tarieven geeft 65% van de mysteryshoppers aan dat deze niet, of alleen bij hoge uitzondering, afwijken van de gepresenteerde jaarkosten (zie figuur 12). Een kwart van de mysteryshoppers geeft onterecht ook aan dat de gepresenteerde jaarkosten op een website ook daadwerkelijk de kosten zijn die in rekening worden gebracht en niet de geschatte jaarkosten. De reden dat de geschatte jaarkosten afwijken van de daadwerkelijke jaarkosten kunnen legio zijn; het variabele tarief wijzigt tijdens de contractduur, het verbruik wijkt af van het opgegeven verbruik, de energiebelasting of de netwerkkosten wijzigen tijdens de contractduur.¹⁰

Omdat vergelijkende websites de vergelijking baseren op jaarkosten, is het dus van groot belang dat consumenten goed geïnformeerd worden over het voorbehoud bij het presenteren van jaarkosten. Dit kan door het opnemen van een duidelijk zichtbare en begrijpelijke melding bij de presentatie van de vergelijking.

4.5. Conclusies mysteryshoppers-onderzoek

Geen problemen bij opzeggen en betere tariefinformatie

Uit dit mysteryshoppers-onderzoek blijkt dat er, net als in het vorige onderzoek, nauwelijks problemen zijn bij opzegging binnen 7 dagen. De NMa is blij om te zien dat de administratieve afhandeling klaarblijkelijk veel beter is georganiseerd dan aan het begin van de liberalisering. Verder blijkt dat de consument tariefinformatie op de vergelijkende website beter kan vinden dan in het vorige onderzoek.

Actietarieven en voorwaarden zijn onduidelijk en niet goed vindbaar

Ten opzicht van fase 1 valt op dat er geen verbetering is in de ervaren duidelijkheid van actievoorwaarden en tarieven. Bijna een kwart van de consumenten heeft nog altijd moeite om acties te begrijpen, mede ook doordat zij vaak de bijbehorende actievoorwaarden niet goed kunnen vinden of onduidelijk vinden. Het komt echter ook geregeld voor dat de actievoorwaarden geheel ontbreken doordat deze niet op de webpagina staan, of dat de

⁹ 'Rapport marktonderzoek naar de stand van zaken op de energiemarkt', Energiekamer NMa, 2010:

[http://www..nl/nederlands/actueel/persberichten/04-11_Energiekamer NMa_steeds_betere_marktwerking_in_de_energiesector.asp](http://www..nl/nederlands/actueel/persberichten/04-11_Energiekamer_NMa_steeds_betere_marktwerking_in_de_energiesector.asp)

¹⁰ Het moment dat de jaarafrekening wordt ontvangen zal in veel gevallen ook afwijken van de contractduur, omdat deze bij veel energieleveranciers op een vast moment worden verstuurd.

actievoorwaarden van een ander product zijn verstrekt. Het is voor consumenten ten slotte ook verwarrend als een regulier tarief een 'actietarief' wordt genoemd, waar vervolgens geen voorwaarden aan verbonden zijn. Vooral voorwaarden over kortingen en cashbacks blijken onduidelijk gevonden te worden. Het is de verantwoordelijkheid van energieleveranciers en vergelijkende websites om de voorwaarden bij acties duidelijk te beschrijven en eenduidige termen te gebruiken.

Contracten nog steeds nauwelijks te herleiden tot aanbod

De aanbeveling die de CA en Energiekamer NMa in fase 1 voor contracten hebben gedaan is niet opgepakt. Zo komt nog steeds voor 75% van de mysteryshoppers het aanbod van de prijsvergelijker aan de consument niet herkenbaar terug in het door de leverancier toegestuurde contract. Komt het contract feitelijk wel overeen met het aanbod, dan gaat het om een ervaren afwijking. Deze heeft vier hoofdoorzaken:

1. Er is geen contract, of dit contract is niet op schrift¹¹ gesteld;
2. Er staan geen tarieven in het contract of essentiële componenten van de tarieven ontbreken;
3. Het contract bevat wel de tarieven, maar deze zijn onderdeel van een lijst van tarieven die de leverancier hanteert en de consument heeft niet de informatie om te bepalen welke tarief op hem van toepassing is;
4. Het aanbod en het contract bevatten verschillende benamingen voor tariefcomponenten.

De samenstelling van contracten, zowel inhoudelijk als voor wat betreft vorm, geeft mysteryshoppers de indruk dat zij niet het product krijgen waarvoor zij gekozen hebben. Met name energieleveranciers hebben een taak om dit te verbeteren. Alhoewel dit onderzoek bedoeld is om de kwaliteit van websites die vergelijken toetsen, vindt de Energiekamer NMa de geconstateerde problematiek toch ernstig genoeg om er aandacht aan te besteden. Daarom zijn de verbeteringen die samen met de energieleveranciers zijn geformuleerd dan ook in dit rapport opgenomen. In het laatste hoofdstuk wordt hier dieper op ingegaan.

Geschatte jaarkosten

Uit dit mysteryshoppers-onderzoek blijkt ook dat het voor de consument nog steeds niet duidelijk is dat de gepresenteerde jaarkosten in feite een indicatie zijn van de jaarkosten en dat deze slechts als doel hebben om beter te kunnen vergelijken. Dit is het gevolg van de vele variabelen in de prijsstelling gedurende de looptijd van het contract, zoals een variabel tarief, periodiek wijzigende energiebelasting en netwerkkosten. Daarnaast zal het verbruik zelden overeenkomen met dat van het jaar ervoor. Consumenten gaan er onterecht van uit dat wijzigingen alleen bij speciale marktomstandigheden optreden. Prijsvergelijkers dienen consumenten beter te informeren dat de jaarkosten slechts een schatting zijn en dat de uiteindelijke jaarkosten altijd zullen afwijken.

Websites die personalia opvragen

Het grote verschil met websites die geen personalia opvragen is dat bij websites die wel personalia opvragen de informatie over tarieven en voorwaarden nog slechter wordt gevonden. Dit komt doordat een deel van de werving via de telefoon gaat en de consument hierbij niet alles onthoudt.

¹¹ Contracten dienen beschikbaar te zijn op een zogenaamde duurzame gegevensdrager. In sommige gevallen ontvangen mysteryshoppers een e-mail met een verwijzing naar een webpagina die met een inlogcode te benaderen is. Deze pagina is echter niet in pdf-vorm beschikbaar of anderszins door de mysteryshopper beschikbaar gesteld om te kunnen bewaren.

5. RESULTATEN VAN HET ONDERZOEK

5.1. Algemene bevindingen

Tabel 3 bevat de volledige scorematrix van het onderzoek fase 2. Met de pijlen is de verandering in score ten opzichte van het onderzoek fase1 aangegeven. In de navolgende paragrafen wordt per criterium de score nader toegelicht.

	Informatievoorziening	Correctheid	Onafhankelijkheid	Keuzemogelijkheid	Duurzaamheid
Type website					
Prijsvergelijkers					
DeEnergiegids.nl	+	+/-	+	+	+
Easyswitch.nl	+	+	+	+	+
Energieleveranciers.nl	+	+/-	+	+/-	+
Energieplaza.nl	+	+	+	+	+/-
Energieprijzen.nl	+	+	+	+	+
Energiereningen.nl	+	+/-	+	+	+
Energieverbruiker.nl	+	+/-	+	+	+
Energievergelijker.nl	+	+/-	+	+	+
Energiewereld.nl	+	+	+	+	+
Gaslicht.com	+	+	+	+	+
Prizewize.nl	+	+	+	+	+
Totaalwijzer.nl	+	+	+	+	+
Wervingskanalen					
Alleroverbesparen.nl	-	-	-	-	-
besparen-kan.nl	-	-	-	-	-
Overige vergelijkende websites					
Consumentenadviseur.nl	+/-	+	+	+	-
Energietarieven.nl	+	-	onbekend	onbekend	+/-
Energievergelijken.nl	+	+/-	-	-	+/-

Tabel 3: Scorematrix fase 2

5.2. Informatievoorziening

Prijsvergelijker	Informatievoorziening 1	Informatievoorziening 2
DeEnergiegids.nl	-	+
Easyswitch.nl	+/-	+
Energieleveranciers.nl	+	+
Energieplaza.nl	+	+
Energieprijzen.nl	+	+
Energiereningen.nl	+	+
Energieverbruiker.nl	+	+
Energievergelijker.nl	+	+
Energiewereld.nl	+	+
Gaslicht.com	+	+
Prizewize.nl	+	+
Totaalwijzer.nl	+	+
Wervingskanalen		
Alleroverbesparen.nl		-
besparen-kan.nl		-
Overige websites		
Consumentenadviseur.nl		+/-
Energietarieven.nl		+
Energievergelijken.nl	+	+

Tabel 4: Score op informatievoorziening fase 1 en 2 2011

De score op informatievoorziening is mede gebaseerd op het uitgangspunt dat informatie die volgens de 'Richtsnoeren Informatieverstrekking energieleveranciers aan consumenten' essentieel is, op de website te vinden moet zijn. Daarnaast moet de informatie de consument de mogelijkheid bieden een goede vergelijking te maken. Voor dit onderzoek betekent dit dat de websites zijn beoordeeld op het volgende:

1. In de jaarkosten zijn alle kosten opgenomen, dus inclusief regiotoeslagen, btw, regulerende energiebelasting, heffingskorting en netwerkkosten.
2. Er is een aantal filtermogelijkheden aanwezig, zodat de consument ook daadwerkelijk een vergelijking kan maken met gelijksoortige producten zoals variabel met variabel, onbepaald met onbepaald en groen met groen.
3. De algemene en bijzondere voorwaarden zijn bij ieder product weergegeven.
4. De voor-ingevulde gebruikswaarden vallen binnen het redelijke (ca 3500 kWh en 1800 m³).

In deze tabel zijn voor de partijen uit het vorige onderzoek, behoudens wijzigingen die de vergelijkende website heeft doorgevoerd, de scores uit onderzoek fase 1 van 2010 overgenomen. DeEnergiegids.nl is sindsdien gebruik gaan maken van de engine van Prizewize.nl, waardoor de site dezelfde score krijgt als Prizewize.nl. Easyswitch.nl heeft enkele verbeteringen doorgevoerd, waardoor deze nu ook een plus scoort.

De nieuwe websites zijn op dezelfde wijze beoordeeld als de andere in fase 1, namelijk in een website-onderzoek. Energietarieven.nl en Consumentenadviseur.nl bieden de benodigde informatie, waardoor de consument een redelijke vergelijking kan maken. Opvallend is echter dat bijzondere actievoorwaarden en voorwaarden over opzegging vaak niet worden aangetroffen. De wervingskanalen Allesoverbesparen.nl en Besparen-kan.nl scoren onvoldoende, omdat zij alleen over de leverancier(s) waarvoor ze werven uitgebreidere informatie verstrekken. Hierdoor kan de consument deze tarieven en voorwaarden niet goed vergelijken met die van andere leveranciers. Daarnaast ontbreekt informatie over bijkomende kosten en algemene voorwaarden en zijn in de gepresenteerde totaalkosten bij Besparen-kan.nl niet alle kosten verwerkt. Opvallend is dat, hoewel ze beide alle personalia opvragen, ze zowel per mail als via de website geen persoonlijke vergelijking maken op basis van de postcode.

Bij deze websites leidt een andere input (verbruik, postcode) onterecht niet tot een andere output (advies). Deze websites bieden beiden ook geen filtermogelijkheden. De Energiekamer NMa concludeert dat beide wervingskanalen op hun website of via de mail niet voldoende informatie geven om een goede prijsvergelijking te kunnen maken. De consument kan in sommige gevallen echter door op het aanbod in te gaan wel een kostenbesparing realiseren ten opzichte van zijn huidige leverancier.

De conclusie is dat bij alle prijsvergelijkers de informatievoorziening goed is¹² en dat zij in grote mate voldoen aan de Richtsnoeren informatieverstrekking. Zo heeft iedereen inmiddels ook all-in tarieven voor kWh en m³ op zijn website. Daar en tegen voldoet geen enkele van de nieuw onderzochte websites aan de richtsnoeren, aangezien all-in tarieven en/of bijzondere actievoorwaarden ontbreken. De energiebedrijven die gebruik maken van deze websites zijn er verantwoordelijk dat hun informatie aan de richtsnoeren voldoet.

Uit het mysteryshopper-onderzoek blijkt dat,, hoewel de meeste websites uitgebreide informatie verstrekken over tarieven en algemene voorwaarden, specifieke informatie over acties niet altijd even makkelijk te vinden is. Consumenten moeten vaak doorklikken en informatie is alleen als pop-up beschikbaar of is niet duidelijk.

5.3. Correctheid

Prijsvergelijker	Correctheid 1	Correctheid 2
DeEnergiegids.nl	+/-	+/-
Easyswitch.nl	+/-	+
Energieleveranciers.nl	+/-	+/-
Energieplaza.nl	+/-	+
Energieprijzen.nl	+	+
Energierekeningen.nl	+/-	+/-
Energieverbruiker.nl	+/-	+/-
Energievergelijker.nl	+/-	+/-
Energiewereld.nl	+/-	+
Gaslicht.com	+/-	+
Prizewize.nl	+	+
Totaalwijzer.nl	+/-	+
Wervingskanalen		
Alleroverbesparen.nl		-
besparen-kan.nl		-
Overige		
Consumentenadviseur.nl		+
Energietarieven.nl		-
Energievergelijken.nl	+	+/-

Tabel 5: Score op correctheid fase 1 en 2 2010

In dit onderzoek zijn de websites aan de hand van het criterium correctheid getoetst op twee onderdelen:

1. De Energiekamer NMa heeft zelf de correctheid van de berekening van de geschatte jaarkosten op de websites getoetst op basis van tien profielen. Elke website is op dezelfde tien profielen beoordeeld. Deze profielen zijn gemaakt op basis van een aantal variabelen: de looptijd, de contractvorm (vast of variabel tarief), keuze van de meter (enkel of dubbele meter), en soort stroom en gas. Ook zijn alle verschillende gasregio- en netbeheerdergebieden meegenomen, waardoor de tien profielen een goede afspiegeling zijn van de Nederlandse energieconsument. Bij deze beoordeling is onder andere onderzocht of bij het berekenen van de jaarkosten gebruik werd gemaakt van de juiste gasregio en de juiste netwerkkosten.

¹² Zoals uit de resultaten van het mysteryshoppers onderzoek blijkt, wil dit niet zeggen dat de informatie ook altijd wordt gevonden of begrepen.

-
2. In samenwerking met de energiebedrijven en vergelijkende websites heeft de Energiekamer NMa gekeken of bij de cases van de mysteryshoppers de aanbieding overeenkwam met het uiteindelijk toegestuurde contract, waarbij extra aandacht is uitgegaan naar die cases waarbij de mysteryshopper zelf aangaf zijn aanbieding uiteindelijk niet te herkennen in het contract.

Omdat de Energiekamer NMa veel waarde hecht aan de juistheid van de aanbieding door de vergelijkende website, zijn fouten hen zwaar aangerekend. In het geval van 2 of 3 fouten is een +/- gegeven en bij meer dan 3 fouten scoort een website een -.

Bij een groot aantal aanbiedingen heeft de Energiekamer NMa niet kunnen beoordelen of ze overeenkomen met de contracten. Doordat sommige contracten niet genoeg informatie bevatten, geen toepasselijke informatie bevatten of niet op schrift gesteld zijn, kan ook de Energiekamer NMa niet zien of het aanbod inderdaad in het contract is verwerkt. Dit sluit aan bij de ervaring van de mysteryshoppers.

Bij de herleiding van het contract tot de aanbieding komt de Energiekamer NMa in een beperkt aantal cases de volgende fouten tegen:

- Fouten in de aanbieding op de vergelijkende website
In zeer beperkte mate staan er foutieve tarieven of verkeerde kortingen op de vergelijkende websites;
- Fouten in juiste koppeling met de aansluiting van de consument
Om de juiste kosten weer te geven, zijn een aantal gegevens benodigd op basis van de postcode, waaronder de juiste gasregio, de juiste netwerkkosten, de grootte van de aansluiting en het juiste dubbeltarief. De vergelijkende websites hebben geen toegang tot deze informatie, die staat in het aansluitingenregister van de netbeheerders. Energieleveranciers hebben deze toegang wel. Websites proberen tools te ontwikkelen om deze informatie toch zo goed mogelijk te achterhalen, maar aangezien dit nooit helemaal lukt, zou de vraag gesteld moeten worden of toegang tot deze informatie door prijsvergelijkers niet in het belang van de consument is.
- Technische storingen bij de leverancier
Veel vaker is er sprake van een technische storing bij de energieleverancier, waardoor een foutief contract wordt toegestuurd. In veel gevallen zal dit volgens de prijsvergelijkers alsnog worden gesignaleerd en hersteld. In dit onderzoek had de mysteryshopper dan echter al opgezegd, waardoor deze correctie niet kon worden waargenomen.
- Mysteryshopper kiest op het laatste moment een totaal ander product
Soms moet de mysteryshopper na het doorlopen van de vergelijking bij de aanmelding het door hem eerder uitgezochte product opnieuw selecteren, hetzij in het aanmeldformulier op de website, zoals bij onder andere de energievergelijker, of op de pagina van de leverancier, zoals Oxxio. In dat geval kiest de mysteryshopper relatief vaak, zonder dat hij het zelf merkt, op het laatste moment een ander product. In veel gevallen kan de vergelijkende website de foutieve keus van de consument niet worden aangerekend, maar het feit dat consumenten een product uit de vergelijking niet goed kunnen herkennen op de website van de leverancier zou door beide partijen wel serieus moeten worden genomen. Het aantal cases waarbij de consument uiteindelijk een ander product kiest dan hij heeft vergeleken, is opvallend groot. De kans op deze fout is nog groter als de vergelijkende website het product anders noemt dan de leverancier of als een aanmeldknop naar een ander product doorleidt dan verwacht.
- Verwarrende afrondingsverschillen
Er werden veel kleine afrondingsverschillen waargenomen. Alhoewel dit niet leidt tot grote afwijkingen op jaarbasis (<5 euro), zijn ze wel onnodig verwarrend. 23,85 is opeens 23,80 of 23,88; 0,27 is opeens 0,275. Als er in een contract al 48 verschillende tarieven worden genoemd (voor verschillende gasregio's, aansluitwaarden etc.) die allemaal binnen een marge van 5 cent vallen, is het zelfs bij afrondingsverschillen lager dan 1 cent toch extra lastig om het toepasselijke tarief te herkennen.
- Telefonische informatie wordt vergeten
Bij telefonische werving blijkt de consument niet in staat om alle tariefinformatie te onthouden, waardoor deze de tarieven ook niet herkent in het contract.

Energietarieven.nl heeft geweigerd om inzicht te geven in de geconstateerde afwijkingen tussen aanbiedingen en het contract. De energieleveranciers hebben wel gereageerd op de gevonden afwijkingen. De Energiekamer NMa heeft geconstateerd dat er bij Energietarieven.nl sprake is van een door een leverancier verkeerd toegestuurd contract, maar daarnaast van een aantal foutieve, niet meer geldende tarieven op de website. Ook zijn de netwerkkosten meer dan gemiddeld fout weergegeven, waardoor de geschatte kosten per jaar in het aanbod niet kloppen.

Bij de wervingskanalen Allesoverbesparen.nl en Besparen-kan.nl wijken ook de totale jaarkosten zoals weergegeven in de vergelijking af, omdat er sprake is van verkeerde tarieven en of netwerkkosten. In sommige gevallen worden voor de vergelijking zelfs niet bestaande producten gebruikt (verkeerde looptijd).

Bij energievergelijker.nl, totaalwijzer.nl, energierekeningen.nl en energieverbruiker.nl was sprake van een tijdelijke bug in de website waardoor mysteryshoppers uit sommige regio's standaard regio 1 kregen aangeboden. Hierdoor kregen zij soms niet het juiste dubbeltarief en niet de juiste regiotoeslag. Dit is inmiddels verholpen.

De Energiekamer NMa realiseert zich dat bij het toetsen op correctheid de website verantwoordelijk wordt gemaakt voor de fouten van de energieleverancier. In het geval van bijvoorbeeld Energieleveranciers.nl, Energietarieven.nl en Deenergiegids.nl hebben energieleveranciers een foutief contract toegestuurd. De Energiekamer NMa heeft echter gekozen voor een benadering waarbij in beginsel de fouten van de energieleveranciers de prijsvergelijker worden toegerekend, omdat de consument niet kan achterhalen wie de fout heeft gemaakt en uiteindelijk het verkeerde product krijgt.

In het totaal wordt bij circa 10% van de gecontroleerde contracten een kleine of grote fout gemaakt. Over het algemeen is de correctheid bij de grote groep echte prijsvergelijkers van hoog niveau. Zeker omdat enkele van deze websites, zoals gaslicht.com, een garantie geven dat de leverancier het afgesloten aanbod altijd waarmaakt. Hierdoor draait de consument niet op voor gemaakte fouten. De nieuwe partijen hebben meer problemen om een correct aanbod te doen dan de websites die al langer actief zijn. De Energiekamer NMa concludeert naar aanleiding van de fouten die ook leveranciers maken, dat het daarom des te belangrijker is dat energieleveranciers een contract toesturen dat zo duidelijk is dat consumenten zelf kunnen controleren of zij uiteindelijk krijgen wat zij hebben gekozen.

5.4. Onafhankelijkheid

Prijsvergelijker	Onafhankelijkheid 1	Onafhankelijkheid 2
DeEnergiegids.nl	+	+
Easyswitch.nl	+	+
Energieleveranciers.nl	+	+
Energieplaza.nl	+	+
Energieprijzen.nl	+	+
Energiereningen.nl	+	+
Energieverbruiker.nl	+	+
Energievergelijker.nl	+	+
Energiewereld.nl	+	+
Gaslicht.com	+	+
Prizewize.nl	+	+
Totaalwijzer.nl	+	+
Wervingskanalen		
Alleroverbesparen.nl		-
besparen-kan.nl		-
Overige		
Consumentenadviseur.nl		+
Energietarieven.nl		onbekend
Energievergelijken.nl	-	-

Tabel 6: Score op onafhankelijkheid fase 1 en 2 2010

Het criterium onafhankelijkheid is aan de hand van de volgende zaken getoetst:

1. of alle leveranciers gelijke toegang hebben tot de prijsvergelijker;
2. of de website geen eigendoms- en of zeggenschapsrelatie met een leverancier heeft.

Om het voldoen aan deze twee criteria te beoordelen heeft de Energiekamer NMa de contracten die websites hebben met leveranciers onderzocht. Ook is onderzocht of een website eigendom is van een leverancier of dat er een zeggenschapsrelatie is met een leverancier. Daarnaast is aan de energieleveranciers gevraagd of er sprake was van beperkende voorwaarden. Deze werden inderdaad door leveranciers bij sommige websites ervaren.

Alle websites waarop consumenten tarieven en voorwaarden kunnen vergelijken, hebben een commerciële doelstelling. Ofwel kunnen de bedrijven die deze websites exploiteren contracten afsluiten met leveranciers waarbij het bedrijf een vergoeding ontvangt voor elk contract dat via deze website wordt afgesloten, of zij genereren inkomsten uit advertenties die op de site zijn geplaatst. Bijna alle websites hebben een contractuele relatie met één of meer energiebedrijven. Consumentenadviseur.nl is hierop een uitzondering, aangezien dit bedrijf een vergoeding aan de consumenten vraagt voor advies in plaats van betaling door de energieleverancier. De Consumentenadviseur beoogt hiermee zo onafhankelijk mogelijk te zijn.

Uit onderzoek is gebleken dat Allesoverbesparen.nl en Besparen-kan.nl contracten hebben met één of meer leveranciers waarin ze zich verbinden om voor deze leverancier(s) overstappers te genereren. Deze partijen worden niet als onafhankelijk beoordeeld, maar zijn onderdeel van de werving van de energieleverancier. De eigenaar van Energievergelijken.nl staat nog steeds op de loonlijst van Greenchoice en de website wordt mede door Greenchoice gefinancierd. Ook Energievergelijken.nl scoort daarom onvoldoende op onafhankelijkheid.¹³

Energietarieven.nl heeft geen informatie aangeleverd over contracten of zeggenschapsrelaties met leveranciers. De Energiekamer NMa heeft daarom niet kunnen vaststellen dat Energietarieven.nl onafhankelijk is en heeft deze website daarom opgenomen in de categorie overige websites, aangezien deze hiermee niet aan de voorwaarden voor de benaming prijsvergelijker voldeed.

Voor de meeste websites die prijsvergelijkingen aanbieden kan de Energiekamer NMa concluderen dat zij voldoende onafhankelijk zijn.

5.5. Keuzemogelijkheid

Prijsvergelijker	Volledigheid 1	Keuzemogelijkheid 2
DeEnergiegids.nl	-	+
Easyswitch.nl	+/-	+
Energieleveranciers.nl	+/-	+/-
Energieplaza.nl	-	+
Energieprijzen.nl	+/-	+
Energiereningen.nl	-	+
Energieverbruiker.nl	+	+
Energievergelijker.nl	+	+
Energiewereld.nl	+	+
Gaslicht.com	+	+
Prizewize.nl	-	+
Totaalwijzer.nl	+	+
Wervingskanalen		
Allesoverbesparen.nl		-
besparen-kan.nl		-
Overige		
Consumentenadviseur.nl		+

¹³ Op verzoek van de Energiekamer NMa wordt wel op de website vermeld dat de initiatiefnemer van de website in dienst is van Greenchoice.

Energietarieven.nl		onbekend
Energievergelijken.nl	-	-

Tabel 7: Score op Volledigheid en keuzemogelijkheid fase 1 en fase 2

Bij het criterium keuzemogelijkheid is het aanbod op de websites van de prijsvergelijkers getoetst. Hierbij is bekeken in hoeverre de aangeboden hoeveelheid producten en leveranciers afwijkt van het gemiddelde aanbod van alle prijsvergelijkers. Deze toets is dus anders dan de toets op volledigheid in fase 1, waarbij de afwijking van het aanbod is bepaald te opzichte van alle producten die op dat moment in de markt bestonden. De Energiekamer NMa wil hiermee ruimte geven aan vergelijkende websites om aanbiedingen te weigeren. Zo hebben prizewize.nl en gaslicht.com spelregels waaraan acties moeten voldoen, die op hun website worden gepresenteerd. En energieleveranciers.nl en energieprijzen.nl geven bewust bepaalde aanbiedingen niet weer, bijvoorbeeld omdat zij het aanbod niet duidelijk genoeg vinden voor de consument.

De Energiekamer NMa heeft echter ook als uitgangspunt dat het aanbod van vergelijkende websites uiteindelijk wel zo volledig en gevarieerd mogelijk moet zijn. De vergelijkende websites die met een + of +/- beoordeeld zijn, bieden dit dan ook. De wervingskanalen bieden slechts een heel klein aantal producten en scoren op keuzemogelijkheid daarom onvoldoende. Energievergelijken.nl biedt geen aanbiedingen aan op de website en kiest er daarmee bewust voor om het aanbod te verkleinen.

5.6. Duurzaamheid

Prijsvergelijker	Duurzaamheid 1	Duurzaamheid 2
DeEnergiegids.nl	-	+
Easyswitch.nl	+/-	+
Energieleveranciers.nl	+	+
Energieplaza.nl	-	+/-
Energieprijzen.nl	+	+
Energerekeningen.nl	+/-	+
Energieverbruiker.nl	+/-	+
Energievergelijker.nl	+/-	+
Energiewereld.nl	+/-	+
Gaslicht.com	+/-	+
Prizewize.nl	+	+
Totaalwijzer.nl	+/-	+
Wervingskanalen		
Allesoverbesparen.nl		-
besparen-kan.nl		-
Overige		
Consumentenadviseur.nl		-
Energietarieven.nl		+/-
Energievergelijken.nl	+/-	+/-

Tabel 8: Score op duurzaamheid fase 1 en 2

Voor beoordeling aan de hand van het criterium duurzaamheid is onderzocht of vergelijkende websites voldoende informatie geven over de opwekkingsbronnen van energieproducten. Voor een + moet zowel het stroometiket van het te kiezen product worden vermeld als het stroometiket van de totale stroomopwekking van de betreffende energieleverancier. Hierbij is alleen gekeken naar elektriciteit, omdat gas geen verschillen in certificering kent.

De informatie op de prijsvergelijkers is voldoende, alhoewel bij energieplaza.nl de informatie op productniveau nog ontbreekt. De overige vergelijkende websites en wervingskanalen bieden alle onvoldoende informatie over de

bronnen waarmee de elektriciteit is geproduceerd, met uitzondering van energievergelijken.nl en energietarieven.nl. waar deze informatie op productniveau ontbreekt.

5.7. Conclusies beoordeling Energiekamer NMa

Het doel van dit onderzoek was om te kijken of de vergelijkende websites uit onderzoek fase 1 nu beter scoren op de criteria correctheid, informatievoorziening, volledigheid, onafhankelijkheid en duurzaamheid. Deze vraag kan bevestigend worden beantwoord. Op alle vijf de criteria wordt door de websites beter gescoord in dit onderzoek dan in het onderzoek fase 1. De websites hebben duidelijk op vele punten hun informatie verbeterd. Zo zijn bij alle websites inmiddels all-in tarieven te vinden en vermelden bijna alle sites de stroometiketten. Dit betekent echter niet dat alle consumenten deze informatie ook altijd vinden en begrijpen, zoals uit het mysteryshoppers-onderzoek is gebleken. Daarnaast is het in het belang van de consument dat er een oplossing gevonden wordt voor het ontsluiten van de juiste netwerkkosten, regiotarief en dubbeltarief per postcode, zodat aanbiedingen op prijsvergelijkers 100% correct kunnen zijn.

De Energiekamer NMa is echter niet gelukkig met de scores van de nieuw onderzochte partijen op de criteria correctheid, informatievoorziening, volledigheid, onafhankelijkheid en duurzaamheid. De nieuwe partijen, en met name de wervingskanalen, scoren onvoldoende op deze criteria, hoewel Consumentenadviseur.nl een positieve uitzondering is. De nieuwe partijen scoren naar de mening van de Energiekamer NMa vooral laag op correctheid en informatievoorziening, omdat zij een achterstand hebben ten opzichte van de prijsvergelijkers die al jarenlang bezig zijn vanwege de complexiteit van het product energie en de hoeveelheid informatie die gegeven moet worden voor een goede vergelijking.

Verder is het opmerkelijk dat een lage score op onafhankelijkheid samengaat met een lage waardering in keuzemogelijkheid. Op de als afhankelijk beoordeelde websites ontbreken de acties. De consument kan bij de prijsvergelijkers dan ook veel goedkopere aanbiedingen vinden. De Energiekamer NMa kan zich daarom niet aan de indruk onttrekken dat bij deze partijen bewust producten worden weggelaten om de vergelijking te beïnvloeden in het voordeel van het te verkopen product. Het is overigens niet gezegd dat de consument geen geld zou kunnen besparen via een als niet-onafhankelijk beoordeelde website. De Energiekamer NMa is echter wel van mening dat de omschrijving op deze websites als een neutrale prijsvergelijker die dagelijks prijzen vergelijkt, een bewust verkeerd beeld schept van de werkelijkheid. De Energiekamer NMa heeft Allesoverbesparen.nl en Besparen-kan.nl geadviseerd deze tekst aan te passen. Energievergelijken.nl heeft melding gemaakt van de relatie tot Greenchoice. De Consumentenautoriteit zal websites die zich onterecht voordoen als onafhankelijke prijsvergelijkers scherp in de gaten houden en zo nodig handhavend optreden om misleiding te voorkomen.

6. SLOT EN VOORUITBLIK

6.1. Conclusies

De consument kan gerust via een prijsvergelijker overstappen

Op de criteria informatievoorziening, correctheid, keuzemogelijkheid, duurzaamheid en onafhankelijkheid scoren de prijsvergelijkers voldoende tot goed. De benodigde informatie is te vinden op de websites en de prijsvergelijkers zijn voldoende onafhankelijk om een ruime keuzemogelijkheid te garanderen en dus grote prijsvoordelen te bieden. Naar het oordeel van de Energiekamer NMa zijn de websites in de categorie prijsvergelijkers betrouwbaar en transparant. De Energiekamer NMa zal op Consuwijzer.nl dan ook naar deze partijen verwijzen voor het maken van een goede vergelijking.

Overige websites en wervingskanalen scoren beduidend minder goed dan de echte prijsvergelijkers

Bij de overige websites die prijsvergelijkingen aanbieden en bij wervingskanalen, de andere twee categorieën vergelijkende websites, is het beeld minder gunstig. Voor de categorie overige websites geldt dat zij over het algemeen een redelijke vergelijking maken, maar dat op de individuele criteria nog veel te verbeteren valt. Wervingskanalen daarentegen zijn onvoldoende onafhankelijk van één of enkele energieleveranciers. Bij de wervingskanalen is in de praktijk ook de keuzemogelijkheid beperkter en zijn de mogelijke prijsvoordelen kleiner. De Energiekamer NMa heeft deze websites geadviseerd om een vermelding op te nemen, die goed weergeeft welke service zij aanbieden, en zich niet voor te doen als neutrale prijsvergelijkers. Naar aanleiding van dit onderzoek zal de Consumentenautoriteit websites die zich onterecht voordoen als onafhankelijke prijsvergelijkers scherp in de gaten houden en zo nodig handhavend optreden om misleiding te voorkomen.

6.2. Geconstateerde knelpunten

De Energiekamer NMa constateert op basis van het mystery-shoppers onderzoek dezelfde knelpunten als in het vorige onderzoek:

a) Contract is niet herleidbaar tot aanbod

In ongeveer 75% van de gevallen kan de consument zijn aanbieding nog steeds niet herkennen in het contract wat hij vervolgens ontvangt. In de meeste gevallen komt dit contract feitelijk wel overeen met het aanbod, maar ontbreekt de informatie om dit contract naar het aanbod te herleiden. Ook de Energiekamer NMa kon in veel gevallen geen herleiding van het aanbod naar het contract maken.

De samenstelling van de contracten geeft mysteryshoppers de indruk dat zij niet het product krijgen waarvoor zij gekozen hebben. Dit heeft vier hoofdoorzaken:

1. Er is geen contract of dit contract is niet op schrift gesteld¹⁴;
2. Er staan geen tarieven in het contract of essentiële componenten van de tarieven ontbreken;
3. Het contract bevat wel de tarieven, maar deze zijn onderdeel van een lijst van tarieven die de leverancier hanteert, en de consument heeft niet de informatie om te bepalen welk tarief voor hem van toepassing is;
4. Het aanbod en het contract bevatten verschillende benamingen voor tariefcomponenten.

In de praktijk heeft dit tot gevolg dat de consument aan de hand van zijn contract geen redelijke inschatting kan maken van wat hij, op basis van zijn verbruik en het afgesproken tarief, aan het einde van het jaar of de contractduur ongeveer zal moeten betalen. Met name energieleveranciers hebben een taak om dit te verbeteren.

b) Onduidelijke actietarieven en onduidelijke actievoorwaarden

Er is geen verbetering ten opzichte van het onderzoek vorig jaar ten aanzien van de actievoorwaarden en actietarieven. Consumenten hebben moeite om acties te begrijpen, mede doordat zij vaak de bijbehorende actievoorwaarden niet goed kunnen vinden of onduidelijk vinden. Dit laatste geldt met name met betrekking tot kortingen en cashbacks. Zo is vaak uit de voorwaarden niet goed op te maken wanneer een cashback wordt uitgekeerd of wanneer een bepaalde korting *niet* wordt uitgekeerd omdat het contract voortijdig is opgezegd. Het is de verantwoordelijkheid van energieleveranciers en vergelijkende websites om actievoorwaarden duidelijk en makkelijk vindbaar te maken.

¹⁴ Contracten dienen beschikbaar te zijn op een zogenaamde duurzame gegevensdrager. In sommige gevallen ontvangen mysteryshoppers een e-mail met een verwijzing naar een webpagina die met een inlogcode te benaderen is. Deze pagina is echter niet in pdf-vorm beschikbaar of anderszins voor de mysteryshopper beschikbaar gesteld om te kunnen bewaren.

c) *Het is onduidelijk dat jaarkosten afwijken*

Het is nog steeds onduidelijk voor de consument dat de term 'totale jaarkosten' of 'kosten per jaar' op vergelijkende websites slechts dient als indicatie van de kosten voor de vergelijking en geen weergave is van de werkelijk te verwachten kosten. Dit komt doordat er veel variabelen zijn binnen de looptijd van het contract die zullen afwijken, waaronder verbruik en variabel tarief. Deze benaming is volgens de Energiekamer NMa dan ook niet duidelijk. Het is de verantwoordelijkheid van vergelijkende websites om hier actie op te ondernemen.

6.3. Verbeteringen

De vaststelling van dit onderzoek dat op de drie knelpunten nog geen verbetering is opgetreden, heeft de Energiekamer NMa aan de energieleveranciers en vergelijkende websites voorgelegd met het verzoek om concrete acties voor verbetering voor te stellen. Partijen hebben hier direct invulling aan gegeven: de NMa heeft zowel schriftelijk als mondeling veel verbetervoorstellen ontvangen. Deze voorstellen zijn zowel in de klankbordgroep als met individuele partijen besproken. Op grond van deze afstemming zijn de hieronder staande voorstellen geselecteerd en naar alle bedrijven gestuurd met het verzoek om aan te geven welke *partijen bereid zijn om deze door te voeren en hiervoor reeds gestart zijn om concrete maatregelen te nemen*. De meeste verbeteringen vragen ICT aanpassingen en hebben daardoor enige tijd nodig.

Dit rapport biedt duidelijkheid over welke bedrijven bereid zijn om maatregelen te nemen om de duidelijkheid en vindbaarheid van informatie te vergroten. De consument of consumentenorganisaties kunnen vervolgens kiezen voor energieleveranciers en vergelijkende websites, die hierin een voorsprong hebben.

a) Contracten zijn herleidbaar tot het aanbod

- Het contract voldoet aan de wettelijke vereisten
Een quick-scan van de contracten wees uit dat de energieleverancier vaak niet voldoet aan de eisen aan de contracten in de Regeling afnemers en monitoring Elektriciteitswet 1998 en Gaswet, 'de Richtsnoeren Informatieverstrekking energieleveranciers aan consumenten' (hierna de Richtsnoeren informatieverstrekking) en de Gedragscode van de energieleveranciers. Op basis van dit juridische kader moeten contracten:
 - op schrift zijn gesteld of in ieder geval via een duurzaam medium worden aangeboden;
 - in ieder geval het all-in tarief voor de levering van gas en elektriciteit, het vastrecht, de heffingskorting en bij voorkeur ook de netwerkkosten bevatten;
 - herkenbare toepasselijke tarieven bevatten: als in het contract een tabel met tarieven staat, moet voor de consument eenvoudig te herleiden zijn welk all-in tarief van toepassing is.

Energieleveranciers hebben in een brief van Energie Nederland van 4 april 2011 verklaard dat zij hun contracten zullen aanpassen en in lijn zullen brengen met de wettelijke vereisten. De Energiekamer NMa heeft besloten de energieleveranciers aan te schrijven op de naleving van de wettelijke vereisten aan contracten, zoals zij ook na het vorige onderzoek heeft gedaan voor de Richtsnoeren informatieverstrekking. Dit houdt in dat de Energiekamer NMa energieleveranciers per brief zal vragen om haar voor 15 september 2011 te laten weten welk compliancetraject is opgestart om voortaan alle contracten aan de wettelijke vereisten te laten voldoen.

Deze actie zal de herleidbaarheid van het aanbod naar het contract voor de consumenten vergroten, omdat in ieder geval de benodigde informatie wordt gegeven. In aanvulling hierop zal een aantal verbeteringen de duidelijkheid verder vergroten:

- In het contract staat alleen het voor de consument toepasselijke tarief
De consument kan zijn aanbod het best herkennen in zijn contract indien de energieleverancier alleen zijn eigen toepasselijke tarief geeft in plaats van een tabel met tarieven. In sommige contracten staan tabellen waarbij in het ergste geval 20 elektriciteitstarieven staan op basis van de volgende indeling: inclusief en exclusief energiebelasting, 3x25 en 3x35 ampère, enkeltarief, dag/nachttarief en dag/avondtarief; en 48 gastarieven op basis van de indeling: inclusief en exclusief energiebelasting, G1 en G2 en 12 gasregio's. De leveranciers gaan er hierbij van uit dat de consument zijn gasregio kan herkennen op een onduidelijk kaartje van Nederland of dat hij weet welke aansluitwaarden en welk dubbeltarief op hem van toepassing is. In de praktijk hebben alleen de leverancier en netbeheerder toegang tot deze informatie in het aansluitregister. De

Energiekamer NMa moedigt de energieleveranciers aan de consument alleen zijn eigen toepasselijke tarief te geven in plaats van een tabel met tarieven.

Energiebedrijven die bereid zijn om dit door te voeren en hiervoor reeds concrete maatregelen genomen hebben: Essent, Electrabel en Greenchoice.

- Uniforme en consistente benaming in het aanbod en contracten
De herleidbaarheid van het contract naar het aanbod heeft te lijden onder de uiteenlopende benamingen in de sector voor de verschillende tariefcomponenten. In het aanbod op de vergelijkende websites worden vrij consistent de benamingen *vastrecht*, *dag/nachttarief* en *dag/avondtarief* voor stroom en *netwerkkosten* gebruikt, maar in de contracten komt de Energiekamer NMa andere benamingen tegen. Uit het mysteryshopper-onderzoek blijkt dat de mysteryshoppers hierdoor in de war raken. Een van de voorstellen is dan ook om sectorbreed gebruik te maken van dezelfde benaming. Enkele energieleveranciers hebben toegezegd dit door te voeren.

Energiebedrijven die bereid zijn om dit door te voeren en hiervoor reeds concrete maatregelen genomen hebben: Oxxio, Eneco, Electrabel, Essent, EON en Greenchoice

- Geen afwijkende afrondingen in het aanbod
Bij de controle op de correctheid door de Energiekamer NMa en uit de antwoorden van de mysteryshoppers viel op dat er tussen het aanbod en het contract zeer regelmatig afrondingsverschillen in de tarieven bestaan. Hoewel deze vaak miniem zijn, kunnen ze toch verwarrend werken. Zo herkent een consument zijn tarief van 50,57 cent nog minder goed tussen 48 verschillende tarieven als hij zoekt naar de 50,52 cent uit zijn aanbod. De Energiekamer NMa heeft daarom energiebedrijven en vergelijkende websites gevraagd samen te kijken naar mogelijke verbeteringen in het proces en afspraken te maken, waardoor deze afwijkingen aanzienlijk verminderd kunnen worden.

Vergelijkende websites die bereid zijn om dit door te voeren en hiervoor reeds concrete maatregelen genomen hebben: Prizewise.nl, Energieplaza.nl, Energiegids.nl, Energieleveranciers.nl en alle Benergy websites.

b) Duidelijke actietarieven en –voorwaarden

Uit het mysteryshopper-onderzoek is gebleken dat consumenten moeite hebben om actietarieven en actievoorwaarden te vinden en te begrijpen. Energieleveranciers en vergelijkende websites kunnen zich aansluiten bij de volgende verbeterpunten:

- Tonen van actievoorwaarden
In sommige gevallen wordt er melding gemaakt van een actie of een actietarief, terwijl het voor de consument niet duidelijk is waarom dit een actie is. In alle gevallen komt dit doordat de actievoorwaarden ontbreken of niet specifiek voor dit product lijken te gelden. De meeste vergelijkende websites hebben aangegeven in essentiële vervolgstappen van het proces de speciale actievoorwaarden bij te voegen, zodat de consument deze altijd kan vinden.

Vergelijkende websites die bereid zijn om dit door te voeren en hiervoor reeds concrete maatregelen genomen hebben: Prizewise.nl, Energieplaza.nl, Energiegids.nl, Energieleveranciers.nl, Easyswitch.nl, Energieprijzen.nl, Consumentenadviseur.nl en alle Benergy websites.

- Begrijpelijke actievoorwaarden
Veel actievoorwaarden zijn zo onduidelijk dat van de consument niet kan worden verwacht dat hij begrijpt wat de actie precies inhoudt. Aan alle energieleveranciers is gevraagd om hun voorwaarden zo duidelijk en begrijpelijk mogelijk te maken. De meerderheid van de antwoorden van de energieleveranciers op deze vraag laat zien dat zij niet onwelwillend zijn. Echter het feit dat leveranciers over het algemeen hun eigen voorwaarden als duidelijk betitelen, toont aan dat zij niet altijd begrip hebben van de onduidelijkheid van de voorwaarden voor de consument. De Energiekamer NMa zal kijken of energieleveranciers in hun werkproces kunnen verankeren dat de voorwaarden beter op duidelijkheid voor de consument worden getoetst.

Energiebedrijven die bereid zijn om dit door te voeren en hiervoor reeds concrete maatregelen genomen hebben: Oxxio, EON, Nuon en Electrabel

Tegelijkertijd heeft de NMa ook de vergelijkende websites aangesproken op hun verantwoordelijkheid voor het duidelijk maken van de actievoorwaarden van de producten die zij via hun site aanbieden. De vergelijkende websites geven aan dat ze wel de intentie hebben om de actievoorwaarden zo duidelijk mogelijk te maken, maar dat ze hierin afhankelijk zijn van de energiebedrijven. Er zijn op dit moment geen vergelijkende websites die aangeven zelfstandig de actievoorwaarden van producten te verduidelijken.

- **Duidelijke 'vervolgtarieven'**
Energieleveranciers maken soms gebruik van een onduidelijk 'vervolgtarief'. Dit is een tarief dat na het verlopen van een tijdelijk actietarief ingaat of wordt gehanteerd indien bij voortijdige opzegging het actietarief komt te vervallen. Deze 'vervolgtarieven' zijn vaak de zogenaamde slaperstarieven, maar zijn meestal niet te achterhalen voor de consument. Het is belangrijk dat de leverancier deze tarieven duidelijk vermeldt of duidelijk maakt waar het betreffende product inclusief tarief te vinden is. De meeste vergelijkende websites maken in dat geval bij een kortdurend actietarief gebruik van deze informatie voor de jaarkostenberekening. Enkele energieleveranciers hebben toegezegd dit door te voeren of dit soort producten niet te hanteren.

Energiebedrijven die bereid zijn om dit door te voeren en hiervoor reeds concrete maatregelen genomen hebben: Oxxio, Eneco, EON, Essent, EnergieDirect en Electrabel.

c) Begrijpelijke jaarkosten

Uit het mysteryshopper-onderzoek is gebleken dat het voor de consument niet duidelijk is dat de jaarkosten een indicatie zijn van de uiteindelijke kosten en slechts dienen als hulpmiddel om een vergelijking te maken. De Energiekamer NMa vindt het belangrijk dat de consument begrijpt dat zijn uiteindelijke jaarrekening aanzienlijk zal afwijken van de jaarkosten uit het aanbod. Websites zullen daarom de huidige benaming van 'kosten per jaar' of 'te verwachten jaarkosten' moeten vervangen door een duidelijkere benaming of deze beter toelichten. De meeste vergelijkende websites hebben toegezegd dit door te voeren.

Vergelijkende websites die bereid zijn om dit door te voeren en hiervoor reeds concrete maatregelen genomen hebben: Energieprijzen.nl, Prizewize.nl, Energieplaza.nl, DeEnergiegids.nl, Energieleveranciers.nl, Easyswitch.nl, Consumentenadviseur.nl en alle websites van Benenergy.

6.4. Complexiteit van de energiemarkt

In de klankbordgroep van dit onderzoek hebben de aanwezige energieleveranciers en websites geconstateerd dat veel onduidelijkheid voor de consument, die de vergelijkbaarheid lastig maakt, voortkomt uit de structuur van de huidige energiemarkt. Ten eerste zijn sommige producten 'onnodig' ingewikkeld. Ten tweede moet er veel informatie worden gegeven om volledig te zijn waardoor, zoals te zien is in het mysteryshopper-onderzoek, consumenten soms echt 'de weg kwijt raken'.

- **Ingewikkelde producten**

De meeste energietarieven zijn opgebouwd uit vele componenten die voor een deel afhankelijk zijn van een postcode. Dit maakt deze producten onnodig ingewikkeld. De Energiekamer NMa noemt als voorbeelden een regioafhankelijk gastarief, een regioafhankelijk dubbeltarief en regiogebonden netwerkkosten. De toepasselijke regio voor de consument is lastig te achterhalen voor zowel de consument als de vergelijkende website. Energieleveranciers hebben echter wel de ruimte om zelfstandig hun producten te vereenvoudigen. Zo zijn er al partijen die werken met één gastarief en/of één dubbeltarief.

- **Te veel informatie**

Niet alleen het product zelf maar ook de presentatie van het product, onder andere op de vergelijkende websites, kan eenvoudiger als de consument niet alle verschillende componenten van het tarief te zien krijgt in het aanbod, maar slechts het vastrecht, het all-in tarief, de heffingskorting en de netwerkkosten. De Energiekamer NMa heeft uit de gesprekken met de energieleveranciers begrepen dat uit de Richtsnoeren informatieverstrekking ten onrechte wordt begrepen dat alle tariefcomponenten apart moeten worden vermeld. De Richtsnoeren laten het echter toe om enkel de belangrijkste tariefcomponenten weer te geven (all-in tarief, vastrecht, netwerkkosten en heffingskorting). Het is hierbij wel van belang dat in de tariefinformatie alle kosten zijn meegenomen. Indien de Richtsnoeren verdere vereenvoudiging van de tariefinformatie in het aanbod in de weg staan, is de Energiekamer NMa bereid om deze zo nodig aan te passen.

Het is belangrijk om te beseffen dat de consument zonder goede prijsvergelijkers vrijwel onmogelijk de tarieven en voorwaarden bij alle energieleveranciers kan vergelijken en een 'beste' keuze kan maken. De Energiekamer NMa wil dan ook met haar conclusie recht doen aan het feit dat prijsvergelijkers de energiemarkt beter laten werken, zonder uit het oog te verliezen dat er ruimte is voor verbetering van de vindbaarheid en begrijpelijkheid van de informatie voor de consument.

6.5. Vooruitblik

De Energiekamer NMa heeft naar aanleiding van het onderzoek vorig jaar actie ondernomen om de informatievoorziening te verbeteren. Daartoe is de Energiekamer NMa een onderzoek gestart naar de naleving van de Richtsnoeren informatieverstrekking bij werving door de energiebedrijven op het internet. Niet alleen veel energiebedrijven, maar ook veel vergelijkende websites hebben hun informatie over tarieven naar aanleiding hiervan inmiddels zichtbaar verbeterd. De komende maanden zal de Energiekamer NMa alle energiebedrijven informeren over de uitkomsten van dit onderzoek. Daarnaast zal zij de energieleveranciers verzoeken om inzicht te geven in de manier waarop de organisatie binnen de eigen werkprocessen garandeert dat de wettelijke vereisten aan de contracten worden nageleefd. In haar dagelijkse toezicht zal de Energiekamer NMa met extra belangstelling kijken naar contracten c.q. naar de duidelijkheid van de voorwaarden.

Naar aanleiding van dit onderzoek zal de Consumentenautoriteit websites die zich onterecht voordoen als onafhankelijke prijsvergelijkers scherp in de gaten houden en zo nodig handhavend optreden om misleiding te voorkomen.

De Energiekamer NMa is van mening dat alle verbetervoorstellen uit dit rapport de consument ten goede komen. Het succes van deze verbetering is echter afhankelijk van de uitvoering door partijen in de aankomende maanden. De Energiekamer NMa constateert dat de meeste vergelijkende websites en sommige energieleveranciers een groot aantal verbeteringen al in gang hebben gezet.

Vragen of inlichtingen over dit rapport:

Belangstellenden kunnen voor meer informatie contact opnemen met

Pauline Gras, persvoorlichter van de Energiekamer NMa

Telefoon: +31 70 330 50 68

Telefoon: +06 5471 5245

E-mailadres: pers@NMa.nl

Adresgegevens

Nederlandse Mededingingsautoriteit (Energiekamer NMa),

Postbus 16326, 2500 BH Den Haag

Telefoon: +31 70 330 33 30

Fax: +31 70 330 33 70

Internet: www.nma.nl