



Vlaamse Reguleringsinstantie
voor de Elektriciteits- en Gasmarkt

Vlaamse Reguleringsinstantie voor de Elektriciteits- en Gasmarkt
North Plaza B | Koning Albert II-laan 7 | B-1210 Brussel
Tel. +32 2 553 13 53 | Fax +32 2 553 13 50
Email: info@vreg.be
Web: www.vreg.be

**Switchgedrag van elektriciteitsklanten in Vlaanderen n.a.v. de
vrijmaking op 1 januari 2003**

Samenvatting van de resultaten van de INRA-studie

20 juni 2003

Samenvatting van de resultaten van de INRA – studie

1 Omschrijving van de studie

Doelgroep: afnemers van elektriciteit die vanaf 1/1/03 in aanmerking komende afnemers werden.

900 effectief afgenomen interviews, in 2/3^{de} van de gevallen met de zaakvoerder, directeur,...

Interviews werden afgenomen tussen 7 en 20 mei 2003.

Wat de respondenten betreft, 41% waren industriële, landbouw- of bouwbedrijven. De handelondernemingen vertegenwoordigden 34% en de dienstensector was goed voor 10%. De overige 15% zijn (semi-)publieke instellingen.

2 Deelnemende ondernemingen:

De omvang van de ondervraagde bedrijven is zeer evenwichtig verdeeld:

20% telt minder dan 4 werknemers

18% tussen 5 en 9 WN

21% stelt tussen 10 en 19 wn tewerk

De bedrijven met 20 tot 49 wn vertegenwoordigen 20%

21% tenslotte stelt meer dan 50 wn tewerk

De omzet van de ondervraagde bedrijven is als volgt verdeeld:

43% had in 2002 een omzet van meer dan 25 mio €

38% zit qua omzet tussen 10 en 25 mio €

6% had een omzet tussen 1 en 10 mio €

de resterende 13% had een omzet lager dan 1 mio €

29% van de ondervraagde bedrijven is in de provincie Antwerpen gelegen

14% in Vlaams-Brabant

24% in West-Vlaanderen

22% in Oost-Vlaanderen en 11% in Limburg

De verdeling van de ondervraagde afnemers over het gebied van de zuivere en de gemengde netbeheerders weerspiegelt de reële situatie. 20% is gevestigd in het gebied van de zuivere distributienetbeheerders, 80% in gemengd gebied.

3 Energie-intensiviteit:

Het is logisch te veronderstellen dat, hoe energie-intensiever een bedrijf is, hoe meer aandacht geschonken wordt aan het aankopen van energie door de bedrijfsverantwoordelijken.

Voor 77% van de bedrijven bedraagt het energiebudget minder dan 50.000€ per jaar. 19% spendeert tussen 50.000 en 500.000€ per jaar aan energie, 3% van de ondervraagde bedrijven besteedt tussen 500.000 en 2.500.000€ per jaar aan hun elektriciteitsaankopen. Tenslotte is 1% van de ondervraagde ondernemingen duidelijk grootverbruiker, met meer dan 2.500.000€ energiekosten per jaar.

Dat de hoogte van het energiebudget niet alles zegt, blijkt uit de perceptie die de ondernemingen hebben van hun energie-intensiviteit. Zo vindt slechts 4% van de ondervraagde ondernemingen de kost van hun energie "helemaal niet belangrijk". 23% acht dit "niet zo belangrijk". Van de bedrijven vindt 47% de energiefactuur een "nogal belangrijk" in het totaal van de bedrijfskosten. Voor 26% is de energiekost een "zeer belangrijk" onderdeel van de totale kosten van hun onderneming.

4 Informatieverstrekking:

Vrijmaking zonder het informeren van de afnemers die de voordelen ervan kunnen genieten is zinloos. Daarom deed de VREG een belangrijke inspanning om de markt van objectieve informatie te voorzien.

De informatiecampagne van de VREG was vooral gericht op het bekendmaken van de openingsdata van 1 januari en 1 juli. Hiervoor werd gebruik gemaakt van de diensten van een professioneel bureau. De campagne bestond uit het opmaken van een folder, die via de kanalen van de Vlaamse diensten maximaal werd verspreid, het volledig vernieuwen van haar website, die door de gebruikers algemeen geprezen wordt, een radiocampagne en het creëren van een informatiecel.

Daarnaast bewandelde de VREG een tweede piste. Zij legde contacten met belangenverenigingen en beroepsgroeperingen om de informatie over de vrijmaking ook via hun kanalen te kunnen verspreiden. Zo werd een infosessie georganiseerd voor de Vlaamse leden van het OIVO, het Onderzoeks- en Informatiecentrum van de Verbruikersorganisaties, waaronder de vakbonden, KAV, Test Aankoop en de Gezinsbond. De informatie die daar gegeven werd, is door hen verwerkt tot artikels in hun ledenbladen. Op die manier werden een paar miljoen eindverbruikers bereikt. Dezelfde informatie werd eveneens aangeboden aan diverse informatieve websites (die deze in een aantal gevallen gebruikt hebben) en aan de regionale TV-zenders (die echter niet reageerden). Specifiek met betrekking tot de belangenvereniging voor mensen die in armoede leven (PRISO) werden meerdere gesprekken gevoerd, specifieke vragen- en antwoordenlijsten opgesteld en informatiesessies gegeven die tegemoet kwamen aan de noden van deze mensen. Ook met beroepsgroeperingen (Unizo, Agoria, Fedichem enz.) werden gesprekken gevoerd en werd geparticipeerd in de informatieverstrekking aan hun leden. Ook aan gemeenten (o.m. via VVSG) werd informatie doorgegeven. Over het hele Vlaamse grondgebied heeft de VREG presentaties gegeven over de liberalisering van de elektriciteits- en gasmarkt. In enkele radioprogramma's en op de TV-zender Vitaya werd aandacht besteed aan de vrijmaking, met inbreng van of aandacht voor de VREG.

Tot slot dient hierbij gezegd te worden dat deze inspanningen en de goede samenwerking met de geschreven pers, geleid heeft tot een groot aantal artikelen betreffende deze problematiek in de kranten en weekbladen.

Slechts 13% van de bedrijven zegt zich "zeker niet" voldoende geïnformeerd te voelen m.b.t. de vrijmaking van de Vlaamse energiemarkt en de gevolgen ervan voor de onderneming. Daarnaast vindt 20% zich "eerder niet" geïnformeerd. Meer dan 2 op 3 bedrijven vinden zich dus eerder wel (26%) tot zeker wel (41%) voldoende geïnformeerd. Grotere ondernemingen (meer dan 20 mn en/of omzet van meer dan 10 mio €), en bedrijven met een hoge energiefactuur scoren hier hoger dan gemiddeld. De allerkleinste ondernemingen voelen zich duidelijk slechter dan gemiddeld geïnformeerd.

De antwoorden wijken nauwelijks af als de vraag gesteld wordt of de bedrijven voldoende informatie *kregen* m.b.t. de vrijmaking. Interessant is wel hoe de informatie tot bij de bedrijven kwam. De spelers op de energiemarkt waren zondermeer de belangrijkste informatiebronnen: de netbeheerders (intercommunales) en de nieuwe leveranciers. De geschreven en audiovisuele media volgen dicht. De beroepsfederaties, het Internet en de VREG zelf volgen op enige afstand als informatiebronnen.

Dit bevestigt onze hypothese dat grotere en/of energie-intensieve bedrijven zelf geneigd zijn naar informatie over de vrijmaking van de energiemarkt te zoeken. Kleinere en/of minder energie-intensieve ondernemingen stellen zich eerder passief op in deze.

Het aantal bedrijven dat stelt zeker niet voldoende geïnformeerd te zijn over de vrijmaking van de Vlaamse energiemarkt, valt in omvang samen met het aantal bedrijven dat stelt niet gezocht te hebben naar informatie. De bedrijven (en alle andere afnemers) hebben vanzelfsprekend de verantwoordelijkheid zich voor te bereiden op de vrijmaking, o.a. door zich hierover te informeren.

Toch moeten we vaststellen dat niet iedereen die zocht ook (bruikbare) informatie vond. Hoewel de leveranciers en de VREG belangrijke inspanningen leverden en leveren, zowel rechtstreeks als via intermediarissen, zoals werkgevers- en sectororganisaties, bereikten deze boodschappen lang niet altijd hun doel. Hieruit moeten lessen getrokken worden, hoewel iedereen tevreden stellen natuurlijk nooit zal kunnen.

90% van de respondenten herinnerde zich de brief die ze in de loop van oktober 2002 ontvingen van hun netbeheerder/intercommunale. 6% beweert nooit deze – nochtans wettelijk verplichte – brief ontvangen te hebben. Belangrijker is dat een grote meerderheid (83%) van de bedrijven deze brief duidelijk vond.

Brengen we de resultaten i.v.m. 'info zoeken' en 'info vinden' met elkaar in verband, dan blijkt 21% van de bedrijven niet gezocht en ook niets gekregen te hebben. 46% kreeg wel informatie, zonder er naar gezocht te hebben. 21% van de deelnemende ondernemingen zocht en vond ook info, terwijl 12% zegt wel gezocht te hebben naar bepaalde info, maar deze niet gevonden te hebben.

5 Naambekendheid leveranciers

Spontaan kunnen de ondervraagden gemiddeld slechts 2 leveranciers bij naam noemen. Als ze de namen voorgelezen krijgen, stijgt dit gemiddeld tot 5.

De standaardleveranciers scoren vrijwel perfect qua naambekendheid in hun "catchment area", d.w.z. het gebied waarin ze als standaardleverancier optreden.

6 Offertes

61% van de ondervraagde bedrijven ontving spontaan minstens 1 offerte. Hiervan was 44% op tijd voor de keuzedatum van 1 december. 1 derde van de bedrijven vroeg zelf een offerte aan. 28% van alle bedrijven kreeg voor 1 december een offerte toegestuurd van de door hen gecontacteerde leverancier(s). In totaal kreeg 67% van de ondervraagde ondernemingen minstens 1 offerte.

7 Leverancierswissels

Van de ondervraagde ondernemingen tekende reeds 20% een contract. Bijna 60% van deze bedrijven deed dat voor 1 december en werd dus vanaf 1 januari beleverd door de leverancier van hun keuze.

Opmerkelijk is dat in het gebied van de zuivere intercommunales het aantal bedrijven dat al een contract ondertekende, ruim dubbel zo hoog ligt als in "Electrabel-gebied". Ook – en dat is logisch - tekenden opvallend meer grote en energie-intensieve bedrijven een contract dan andere bedrijven.

De motivatie om van leverancier te wisselen schuilt vooral in de prijs. Deze wordt door drie vierde van de bedrijven die wisselden als voornaamste motivatie genoemd. Als tweede motivatie (39%) wordt verwezen naar de ervaring van bedrijven uit dezelfde groep of die de onderneming kent. Motivaties als flexibiliteit in betalingswijze, betrouwbaarheid, dienstverlening en oorsprong van de geleverde elektriciteit, scoren allen tussen 20 en 30%.

8 Contractduur en opzegtermijn:

Ruim de helft van de getekende contracten loopt over 1 jaar. 2-jarige contracten zijn goed voor 13% en contracten van 3 jaar voor 31%. De afnemers stellen zich dus open op en leggen zich niet voor lange termijn vast bij één leverancier. Dit is een positieve tendens. Opvallend is dat 11% van de ondervraagden niet weet hoelang het contract loopt.

Van de opzegtermijn ligt ruim een derde van de respondenten niet wakker. Dit is ook logisch. Wie een korte termijncontract sluit hoeft zich niet zozeer in te dekken d.m.v. een korte opzegtermijn. 83% van de respondenten die deze vraag beantwoordden, kan het afgesloten contract opzeggen mits een opzegtermijn van maximum 3 maand gerespecteerd wordt. Opnieuw is dit een positief element, omdat afnemers hun relatie met een leverancier snel kunnen stopzetten. Dit bevordert de marktwerking.

9 Prijs:

Niet minder dan 86% van de ondervraagde bedrijven dat een contract afsloot en dat een inschatting van de prijsevolutie maakte, meldt een prijsdaling t.o.v. de situatie voor de vrijmaking.

In 12% van de gevallen bedraagt deze prijsdaling 3%, voor 23% ligt ze tussen 3 en 5%, 36% meldt een prijsdaling tussen 5 en 10% en 29% van de bedrijven zegt zelfs meer dan 10% te besparen.

Opvallend is dat 15% van de ondervraagde bedrijven een prijsdaling meldt, maar niet weet met hoeveel.

11% van de ondervraagde ondernemingen meldt een status quo en 3% ziet een prijsstijging, weliswaar in alle gevallen beperkt tot max. 3%.

Hieruit blijkt een al bij al zeer positief beeld. De bedrijven die actief de sprong in de vrijgemaakte elektriciteitsmarkt waagden, werden hiervoor zeker beloond.

10 De overgang naar een nieuwe leverancier:

De bedrijven hebben zeer weinig moeilijkheden ondervonden indien ze van leverancier wilden wijzigen. Slechts 1 op 10 maakt melding het gevoel te hebben gehad dat de overgang een nieuwe leverancier vertraagd werd. 5% van de ondervraagde bedrijven maakt melding van een foute eindafrekening van de oude leverancier, terwijl 11% een onduidelijke eindfactuur van de oude leverancier meldt.

De keuze om de overgang tussen leveranciers voor de afnemers administratief zo eenvoudig mogelijk te maken, werkt dus. Hierbij dient opgemerkt te worden dat de leverancierswissels op 1 januari en de daarop volgende maanden nog grotendeels manueel verwerkt zijn. Pas vanaf de leverancierswissels voor 1 juli wordt gebruik gemaakt van een geautomatiseerd computer- en telecomgebaseerd systeem.

Van de nieuwe leveranciers is men over het algemeen tevreden. 10% van de respondenten die een contract ondertekenden vermeldt onduidelijke facturen vanwege de nieuwe leverancier. 6% stelt dat de dienstverlening na verkoop niet voldoet.

11 Vooruitzichten:

Bijna een derde van de bedrijven die ons antwoordde dat ze nog geen nieuw contract met een leverancier ondertekenden, is van plan om dat de komende 6 maanden "vast en zeker" of "waarschijnlijk" alsnog te gaan doen.

Daarentegen zegt eveneens 1 op 3 dit "zeker niet" te willen doen. Nog eens 27% denkt "waarschijnlijk niet" over te zullen gaan tot het sluiten van een nieuw contract. Dit betekent dat bijna 60% van de ondervraagde bedrijven die nog geen contract met een leverancier ondertekenden, geen intentie heeft om de komende maanden de voordelen van de vrijgemaakte elektriciteitsmarkt in Vlaanderen te benutten.

Dit kan misschien verklaard worden doordat veel bedrijven niet geloven dat er een prijsvoordeel te halen is. Iets meer dan de helft (52%) van de bedrijven die hierover een appreciatie gaven, zegt immers te geloven dat het prijsniveau op de markt gelijk gebleven is. 11% van hen vreest zelfs dat de elektriciteitsprijs gestegen is t.o.v. de situatie voor 1 januari. Ruim 1 op 3 van de bedrijven moest het antwoord schuldig blijven.

Van de ondervraagden die wel dachten dat het prijsniveau gedaald was, schatte de meerderheid deze daling eerder laag in: 2 op 3 ziet een prijsdaling beperkt tot max. 5%.

12 Stroom uit hernieuwbare energiebronnen:

Driekwart van de bedrijven voelt zich "zeker niet" of "eerder niet" voldoende geïnformeerd over de mogelijkheid stroom uit hernieuwbare energiebronnen te kopen. Dit is niet onlogisch, in de periode waarin deze afnemers op zoek gingen naar informatie, was de markt voor stroom uit hernieuwbare energiebronnen nog maar zeer zwak uitgebouwd. Opnieuw scoren grote bedrijven qua omzet en aantal werknemers en energie-intensieve bedrijven hier beter dan gemiddeld.

Nochtans heeft bijna twee derde van de bedrijven een voorkeur voor deze stroom, onder gelijkblijvende voorwaarden. 31% zegt niet geïnteresseerd te zijn in "groene stroom".

Indien een meerprijs van maximum 3 % betaald moet worden is nog slechts 1 op 3 bedrijven bereid stroom uit hernieuwbare bronnen aan te kopen. Verder oplopende prijsverschillen tussen groene en grijze stroom doen dit aandeel verder teruglopen, tot 25% bij maximaal 5% meerkost en tot 13% gegadigden indien de meerkost 10% bedraagt.