



# Informatievoorziening op de consumentenmarkt voor energie

## Inhoud

<b>1</b>	<b>Inleiding.....</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>Overzicht toepasselijke wet- en regelgeving.....</b>	<b>4</b>
<b>3</b>	<b>Informatievoorziening aan consumenten op de energiemarkt.....</b>	<b>5</b>
3.1	Algemene toelichting .....	5
3.2	Toelichting voor verschillende verkoopkanalen.....	8
3.2.1	Overeenkomsten in de verkoopruimte.....	8
3.2.2	Overeenkomsten op afstand (online verkoop en telemarketing) en overeenkomsten buiten de verkoopruimte.....	8
3.3	Toelichting per thema .....	13
3.3.1	Het aanbod .....	13
3.3.2	De prijs.....	14
3.3.3	Aanbod op maat .....	16
3.3.4	De overeenkomst.....	18
3.3.5	Factuur.....	19
3.3.6	Beëindiging of voortzetting van de overeenkomst.....	20
3.3.7	Stroometiket.....	21



## 1 Inleiding

### *Waarom dit document?*

Door de combinatie van de verschillende toezichtterreinen en bevoegdheden is met de komst van ACM een efficiënter geheel ontstaan van consumentenbescherming. Dit heeft ook zijn weerslag op het toezicht op de energiesector. In de afgelopen jaren is de energiemarkt sterk veranderd en zijn de posities en rollen van overheid, marktpartijen en consument ten opzichte van elkaar verduidelijkt. Verankering van deze rolverdeling is terug te vinden in verschillende Europese en nationale wet- en regelgeving. Toezicht op de naleving van die wet- en regelgeving ligt voor een belangrijk deel bij ACM.

Dit document is geschreven om iedereen die *aan consumenten* energielevering aanbiedt, eventueel met aanverwante diensten en/of producten, grip te geven op de regels inzake consumentenbescherming waar ACM toezicht op houdt. Deze regels zijn versnipperd over verschillende wetten en kunnen verschillen al naar gelang de rol die een aanbieder heeft op de energiemarkt, bijvoorbeeld als vergunninghoudende leverancier of wederverkoper (waarmee wordt bedoeld een tussenpersoon die samenwerkt met een energieleverancier die beschikt over een leveringsvergunning voor gas en/of elektriciteit) of prijsvergelijker. De regels kunnen ook verschillen al naar gelang de wijze van verkoop, bijvoorbeeld via internet, telefonisch of aan de deur.

Met dit document wil ACM een overzicht geven van de regels die gelden voor de informatieverstrekking bij het aanbieden en leveren van energie aan consumenten en toelichten wat de betekenis daarvan is in de visie van ACM, zodat duidelijk is waar aanbieders zich aan moeten houden. Dit document is voorafgaand aan de totstandkoming breed in de energiesector geconsulteerd.

De toelichting beschrijft de handelswijze die door ACM wordt voorgestaan onder meer ten aanzien van reclame, werving, aanbod, sluiten van de overeenkomst en klachtbehandeling. Door communicatie over de handelswijze die zij voorstaat, tracht ACM te bewerkstelligen dat aanbieders de regelgeving beter naleven. Onder aanbieders verstaat ACM in dit document aanbieders van producten en diensten gerelateerd aan de levering van energie aan consumenten. Consumenten zijn natuurlijke personen niet handelend in de uitoefening van een beroep of bedrijf. ACM sluit hierbij aan bij de definitie van consumenten in het Burgerlijk Wetboek. De groep aanbieders is niet gelimiteerd tot de vergunninghoudende leveranciers van gas en elektriciteit. Het omvat ook alle ondernemers die niet zelf de vergunninghoudende leverancier zijn, maar wel aan consumenten de mogelijkheid bieden om via hen een aanbieding voor een leveringsovereenkomst te ontvangen, zoals wederverkopers, prijsvergelijkers, energiecollectieven en andere tussenpersonen. De term “aanbieders” zal in de toelichting dan ook op al deze partijen duiden. Waar specifieke regels voor een specifieke groep aanbieders gelden, zal dit worden benoemd.



*Wat staat er in dit document?*

Dit document is een – voor de energiesector op maat gemaakte – toelichting op de van toepassing zijnde wet- en regelgeving ten aanzien van informatieverstrekking door aanbieders aan consumenten. Er is geen sprake van een uitputtende juridische analyse van alle wet- en regelgeving. ACM geeft met dit document haar visie op de wijze waarop de regels door energieaanbieders toegepast zouden moeten worden om voor consumenten daadwerkelijk transparantie te creëren op deze markt. Transparantie van informatie in het gehele proces van aanbod, totstandkoming van een overeenkomst, facturatie tot beëindiging van de overeenkomst wordt als uitgangspunt gehanteerd. ACM geeft aanbieders daarbij tevens een voorbeeld van concrete toepassing van een transparante handelswijze bij het doen van energieaanbiedingen, in de vorm van een zogenaamd ‘aanbod op maat’.

*Wat wil ACM hiermee bereiken?*

Bij steekproefsgewijze controles heeft ACM gezien dat de huidige mate van naleving van de regelgeving op het gebied van informatieverstrekking bij veel aanbieders niet voldoende is. ACM wil een betere naleving van de bestaande consumentenregels in de energiesector en in het bijzonder van de regels omtrent informatieverstrekking.

ACM wil een gezonde consumentenmarkt voor energie met duidelijke keuzemogelijkheden voor consumenten en een gelijkwaardig speelveld met ruimte voor goed ondernemerschap en innovatie. Een markt waar consumenten begrijpelijke, vergelijkbare en consistente informatie krijgen zodat ze een keuze kunnen maken die past bij hun situatie en voorkeuren. Op een markt met goed geïnformeerde consumenten zal het gedrag van die consumenten kunnen leiden tot zelfcorrectie door de markt en zal handhavend optreden door ACM minder nodig zijn.

De “Richtsnoeren ACM informatieverstrekking energieleveranciers aan consumenten 2010” zullen aansluitend bij afzonderlijk besluit worden ingetrokken.



## 2 Overzicht toepasselijke wet- en regelgeving

### *Juridische basis voor toezicht*

ACM is aangewezen toezicht te houden op onder andere de naleving door bedrijven van de Elektriciteitswet 1998, de Gaswet en consumentenbepalingen in de Wet handhaving consumentenbescherming (Whc). De belangrijkste taken hierin zijn het aanpakken van collectieve overtredingen van het consumentenrecht – voornamelijk beschreven in het Burgerlijk Wetboek (BW) – en het vergroten van kennis bij consumenten over hun rechten en plichten. Dit doet zij door gebruik te maken van haar verschillende bevoegdheden om onderzoek te doen naar overtredingen en naleving van de wet af te dwingen. Tegelijkertijd geeft ACM via ConsuWijzer praktisch advies aan consumenten over hun rechten en plichten.

Een volledig overzicht van de regelgeving waar ACM op toeziet is te vinden op de website [www.acm.nl](http://www.acm.nl). In het onderhavige document wordt een aantal aspecten toegelicht dat in het bijzonder relevant is in het licht van informatieverstrekking en transparantie in de energiesector.

### *Wetgeving*

Regelgeving inzake consumentenbescherming is terug te vinden in verschillende wetten. Voor deze toelichting is met name van toepassing:

- Elektriciteitswet 1998 (E-wet): hoofdstuk 8, § 1b en c (consumentenbescherming);
- Gaswet: hoofdstuk 5, §5.2a (meetinrichtingseisen, facturering en informatieverstrekking) en §5.3a (consumentenbescherming);
- Bepalingen over oneerlijke handelspraktijken: artikelen 6:193a-193j BW (Richtlijn 2005/29/EG);
- Bepalingen voor overeenkomsten tussen handelaren en consumenten: artikelen 6:230g e.v. BW (Richtlijn 2011/83/EU );
- Bepalingen over oneerlijke bedingen: artikelen 6:231-247 BW (Richtlijn 93/13/EG);
- Bepalingen over elektronische handel: artikelen 3:15a-f, 6:227a-c BW (Richtlijn 2000/31/EG).

### *Nederlandse Reclamecode*

Reclame moet, naast de wettelijke regels, voldoen aan de regels die staan in de Nederlandse Reclamecode. Afhankelijk van de door een aanbieder gekozen wijze van reclame kunnen de Code brievenbus reclame, huissampling en direct response advertising (CBR), de Code reclame via e-mail (Code e-mail) of de Code voor Telemarketing (CTM) relevant zijn.

### *Zelfregulering*

De energiesector heeft in het kader van zelfregulering afspraken gemaakt die zijn vastgelegd in vrijwillige afspraken of gedragscodes. Dit document kan voor wat betreft informatievoorziening aan consumenten de basis vormen voor de inhoud van zelfregulering op dit onderwerp.



### 3 Informatievoorziening aan consumenten op de energiemarkt

Zoals in de inleiding is aangegeven, richt ACM zich met dit document tot een bredere kring van aanbieders dan alleen de vergunninghoudende leveranciers van gas en elektriciteit. ACM richt zich hiermee tot alle aanbieders, die *aan consumenten* een energieleveringsovereenkomst aanbieden eventueel met aanverwante diensten en/of producten.

Hieronder vermeldt ACM aan welke regels de aanbieders zich moeten houden, zodat de consument op basis van de informatie, die aan hem moet worden verstrekt, goed geïnformeerd een beslissing over het aangaan van een overeenkomst kan nemen. Bij energieaanbiedingen gaat het er om dat de consument voldoende informatie heeft om te kunnen besluiten of hij wel of niet een leveringsovereenkomst wil afsluiten met de betreffende aanbieder. ACM geeft dus de algemene consumentenregels weer, toegepast op informatievoorziening aan consumenten op de energiemarkt.

Voor de duidelijkheid is deze toelichting in drie delen gesplitst.

- Eerst komen de uitgangspunten voor eerlijke handelspraktijken aan de orde (paragraaf 3.1).
- Daarna wordt ingegaan op de verschillende (verkoop)methodes, die aanbieders kunnen gebruiken om hun producten bij de consument onder de aandacht te brengen en de verschillende wettelijke eisen die daarvoor gelden. Die zullen per methode worden toegelicht (paragraaf 3.2).
- Vervolgens wordt aandacht besteedt aan de thema's aanbod, prijs, overeenkomst, aanbod op maat, factuur en beëindiging of voortzetting. Deze regels gelden voor al deze thema's en daarbij doet het er niet toe welk verkoopkanaal is gekozen (paragraaf 3.3).

#### 3.1 Algemene toelichting

*Oneerlijke handelspraktijken: misleidende informatie en omissie*

Een handelspraktijk van een aanbieder mag niet oneerlijk zijn. Dit is bepaald in de Wet Oneerlijke Handelspraktijken (wet OHP) zoals vastgelegd in afdeling 3A van boek 6 van het BW. Onder oneerlijke handelspraktijken worden onder meer verstaan misleidende en agressieve handelspraktijken.

Een handelspraktijk verwijst naar alle activiteiten, die rechtstreeks te maken hebben met de promotie, verkoop of levering van een product of dienst aan consumenten. Onder handelspraktijk verstaat de wet ook reclame en marketing (art. 6:193a, lid 1, onder d BW). Een handelspraktijk is dus een ruim begrip want ook informatie op de website van een aanbieder en communicatie met een individuele consument vallen hieronder.



#### *Misleidende handelspraktijk*

Het scheppen van verwarring ten aanzien van producten, handelsmerken, handelsnamen of andere onderscheidende kenmerken van een concurrent is een misleidende handelspraktijk (art. 6:193c, lid 2, onder a BW). Dit geldt – onder voorwaarden – ook voor het niet nakomen door de aanbieder van een verplichting, die is opgenomen in een gedragscode (art. 6:193c, lid 2, onder b BW). Bovendien is het onder alle omstandigheden misleidend om te beweren aan een gedragscode gebonden te zijn en te beweren daarnaar te handelen, wanneer dit niet het geval is (art. 6:193g, onder a BW).

#### *Misleidende informatie*

De wet OHP bepaalt dat een handelspraktijk misleidend is indien informatie wordt verstrekt die feitelijk onjuist is of die de gemiddelde consument misleidt of kan misleiden, al dan niet door de algemene presentatie van de informatie (art. 6:193c, lid 1 BW). Daarbij geeft de wet ook specifieke aspecten weer, waarover niet misleid mag worden. Hieronder wordt een aantal van deze aspecten toegelicht.

*-het bestaan of de aard van het product:* het is bijvoorbeeld aanbieders niet toegestaan om een verkeerde indruk te geven van de aard van een product. Voor een product als energie, dat bestaat uit meerdere variabelen, is dit belangrijk. De consument moet zich op basis van de informatie een oordeel kunnen vormen over hetgeen hem wordt aangeboden en moet voldoende informatie hebben om tot een aankoopbeslissing over te kunnen gaan.

*-voornaamste kenmerken:* de aanbieder mag geen onjuiste of misleidende informatie verstrekken over de voornaamste kenmerken van het product. De aanbieder moet hierbij denken aan: beschikbaarheid, voordelen, risico's, uitvoering, samenstelling, klantenservice en klachtenbehandeling, levering, geschiktheid voor het gebruik, hoeveelheid, specificatie of de resultaten en wezenlijke kenmerken van op het product verrichte tests of controles.

*-de hoedanigheid, kenmerken en de rechten van de handelaar of zijn tussenpersoon:* de aanbieder moet duidelijk zijn over zaken als zijn identiteit, vermogen, kwalificaties, status, erkenning, affiliatie, connecties en dergelijke. Dit betekent bijvoorbeeld dat een aanbieder niet mag voorwenden over een bepaald kwaliteitskeurmerk of een erkenning te beschikken, terwijl dit niet het geval is. Dit betekent ook dat een wederverkoper duidelijk moet zijn over zijn rol als wederverkoper en het feit dat de leveringsovereenkomst niet met hem, maar met een vergunninghoudende leverancier wordt gesloten.

*-prijs:* de aanbieder moet duidelijk zijn over de prijs of de wijze waarop de prijs wordt berekend of het bestaan van een specifiek prijsvoordeel. Hierop wordt uitgebreid ingegaan in paragraaf 3.3.2.

#### *Misleidende omissie*

Het is ook misleidend om essentiële informatie, die de consument nodig heeft om een beslissing te kunnen nemen, weg te laten. De wet noemt dit een misleidende omissie. Ook het verborgen houden of op onduidelijke, onbegrijpelijke, dubbelzinnige wijze of (te) laat verstrekken van essentiële informatie is misleidend. Essentiële informatie moet dus genoemd



worden vóórdat de overeenkomst tot stand komt. Dit betekent dat degene die het aanbod doet, deze essentiële informatie moet verstrekken. Consumenten zullen immers op basis hiervan hun aankoopbeslissing nemen. Wat wordt verstaan onder essentiële informatie komt verderop in deze paragraaf aan bod.

Voor het, zoals hierboven genoemd, op duidelijke en begrijpelijke wijze verstrekken van essentiële informatie geldt in ieder geval het volgende. De gehanteerde voorwaarden moeten in ieder geval in het Nederlands zijn en zo zijn geformuleerd, dat de consument na kennisneming daarvan redelijkerwijs bekend kan worden geacht met de rechten en verplichtingen die daaruit voor hem en de leverancier voortvloeien. In de voorwaarden mogen geen bedingen worden opgenomen die onredelijk bezwarend (kunnen) zijn voor de consument (zie de zogenoemde zwarte en grijze lijsten van de artt. 6:236 en 6:237 BW).

#### *Essentiële informatie*

Een concrete vertaling van bovenstaande regels naar energieaanbiedingen betekent dat ACM er vanuit gaat dat aanbieders aan consumenten in ieder geval de volgende informatie geven:

- de identiteit van de aanbieder, zijn handelsnaam en zijn geografisch adres;
- wanneer de aanbieder niet zelf de leverancier is, moet hij de identiteit en het geografische adres van de leverancier die de levering op zich neemt ook vermelden;
- de naam waarop de leveringsvergunning staat, indien deze afwijkt van de handelsnaam;
- de looptijd/duur van de overeenkomst;
- een omschrijving van wat er geleverd gaat worden (gas en/of elektriciteit);
- informatie over het soort gas en/of elektriciteit (bijvoorbeeld groen of grijs) en de opwekkingsbron van de energie die geleverd zal worden, wanneer dit bij de wijze van aanprijzing en de keuze die de consument zou maken, van belang is;
- actievoorwaarden die gelden voor de betreffende aanbieding of bijzondere voorwaarden die de aangeboden overeenkomst kenmerkend onderscheiden;
- informatie over de prijszetting: is sprake van een vast of een variabel tarief, hoe lang staat het tarief vast dan wel de mogelijkheden van de leverancier om de tarieven en voorwaarden gedurende de looptijd van de overeenkomst te wijzigen;
- informatie over de hoogte van de tarieven zoals beschreven in paragraaf 3.3.2;
- de betalingsmogelijkheden, (minimaal twee) die de consument ter beschikking staan, met vermelding van de daaraan eventueel verbonden kosten;
- klantenservice en klachtenbehandeling en bij wie de consument terecht kan met welke vragen;
- de voorwaarden waaronder de overeenkomst door de consument of de leverancier kan worden beëindigd, met inbegrip van de mededeling dat de consument bij tussentijdse opzegging een opzegvergoeding is verschuldigd, als de leverancier een opzegvergoeding hanteert, alsmede een overzicht van de hoogte van de gehanteerde opzegvergoeding(en);
- indien op de overeenkomst algemene voorwaarden van toepassing zijn, dat dit het geval is en op welke wijze de consument van die voorwaarden kennis kan nemen.

Deze informatie moet worden verstrekt vóórdat de overeenkomst kan worden gesloten dan



wel voordat de consument zijn bestelling plaatst. Bovendien moet deze informatie op duidelijke, begrijpelijke en ondubbelzinnige wijze worden verstrekt en voor zover deze niet reeds uit de context blijkt.

## 3.2 Toelichting voor verschillende verkoopkanalen

De bepalingen voor overeenkomsten tussen handelaren en consumenten (artt. 6:230g e.v. BW) zien op alle overeenkomsten die tussen handelaren en consumenten a) op afstand b) ) buiten verkooppunten dan wel c) anders dan op afstand en buiten verkooppunten zijn gesloten. Meer concreet zien de regels op consumenteninformatie voor verkoop in de winkel, op afstand (via o.a. internet en telefoon) en buiten verkooppunten (o.a. verkoop aan de deur). De regels gelden ook voor overeenkomsten voor de levering van energie.

### 3.2.1 Overeenkomsten in de verkooppunten

Aanbieders op de consumentenmarkt voor energie verstrekken in de verkooppunten op duidelijke en begrijpelijke wijze in ieder geval informatie over de voornaamste kenmerken van de dienst of te leveren zaak, de identiteit van de aanbieder, de totale prijs, de wijze van betaling, levering, nakoming, de termijn waarbinnen de aanbieder zich verbindt de dienst te verlenen of de zaak te leveren, het beleid inzake klachtenbehandeling en de duur van de overeenkomst (art. 6:230l BW). Deze verplichtingen overlappen dus deels de hierboven genoemde regels uit de wet OHP. Voor een compacte weergave wordt verwezen naar het bijgevoegde schematisch overzicht.

De meeste aanbieders van energie verkopen hun producten niet vanuit de verkooppunten, maar benaderen de consumenten op een andere wijze, namelijk op afstand of buiten de 'eigen' verkooppunten.

### 3.2.2 Overeenkomsten op afstand (online verkoop en telemarketing) en overeenkomsten buiten de verkooppunten

Artt. 6:230m e.v. BW geven bepaalde informatieverplichtingen voor aanbieders die op afstand of buiten de verkooppunten overeenkomsten willen sluiten. Aanbieders verstrekken de consument op duidelijke en begrijpelijke wijze, voordat de overeenkomst tot stand komt, in ieder geval de volgende informatie:

- de voornaamste kenmerken van de zaak of dienst in de mate waarop dit passend is, waarmee tenminste wordt bedoeld informatie over het soort gas en/of elektriciteit (bijvoorbeeld groen of grijs) en de opwekkingsbron van de energie die geleverd zal worden, wanneer dit bij de wijze van aanprijzing en de keuze die de consument zou maken, van belang is;
- zijn identiteit, zoals zijn handelsnaam;





- het geografische adres van vestiging, telefoonnummer en e-mailadres alsmede – indien van toepassing – het geografische adres van vestiging en de identiteit van de leverancier die de daadwerkelijke levering van energie op zich neemt;
- de totale prijs met alle componenten (zie paragraaf 3.3.2.);
- de wijze van betaling, levering, uitvoering, de termijn waarbinnen de aanbieder zich verbindt de dienst te verlenen of de zaak te leveren, het beleid inzake klachtenafhandeling;
- indien aparte kosten worden berekend voor het bellen naar de aanbieder en deze zijn anders dan het basistarief, dan moet informatie gegeven worden over de hoogte van deze kosten (zie Regeling universele dienstverlening en eindgebruikersbelangen). Dit geldt ook voor kosten van andere soorten communicatie;
- de bedenktijd die de consument heeft (in de energiesector ook wel aangeduid als 'afkoelperiode');
- op welke manier, binnen welke termijn en onder welke voorwaarden de overeenkomst ontbonden kan worden én het modelformulier voor ontbinding;
- de gevallen waarin de consument kosten moet vergoeden voor de levering van gas of elektriciteit die voor het verstrijken van de ontbindingstermijn zijn verricht op uitdrukkelijk verzoek van de consument;
- het bestaan van relevante gedragscodes;
- de duur van de overeenkomst en de voorwaarden voor het opzeggen van de overeenkomst;
- de minimumduur van de verplichtingen voor de consument;
- voor zover van toepassing, het bestaan en de voorwaarden van waarborgsommen of andere financiële garanties die de consument op verzoek van de aanbieder moet betalen of bieden;
- de mogelijkheid voor alternatieve geschilbeslechting.

Deze informatie vormt een integraal onderdeel van de overeenkomst op afstand of van de overeenkomst buiten de verkooppriimte en wordt niet gewijzigd, tenzij partijen in de overeenkomst uitdrukkelijk anders overeenkomen (art. 6:230n, lid 2 BW). Op de aanbieder rust de bewijslast voor de juiste en tijdige verstrekking van de in deze paragraaf genoemde informatie (art. 6:230n, lid 4 BW). Ten aanzien van een overeenkomst op afstand geldt dat voornoemde informatie aan de consument wordt verstrekt op een wijze die passend is voor de gebruikte middelen voor communicatie op afstand.

#### *Herroepingsrecht*

De consument kan een overeenkomst op afstand of buiten de verkooppriimte zonder opgave van redenen ontbinden tot een termijn van veertien dagen is verstrekt. Bij overeenkomsten tot levering van gas en/of elektriciteit is dit veertien dagen vanaf de dag dat de overeenkomst wordt gesloten (art. 6:230o, lid 1, onder c BW). Nakoming van de overeenkomst tijdens de ontbindingstermijn vindt niet plaats dan nadat de consument hierom uitdrukkelijk heeft verzocht (art. 6:230v, lid 8 BW). Deze verklaring (verzoek tot levering tijdens de ontbindingstermijn) moet bovendien schriftelijk op een duurzame gegevensdrager worden uitgebracht (art. 6:230t, lid 3 BW). Als niet-uitputtende lijst van voorbeelden van duurzame gegevensdragers noemt de richtlijn papier, usb-sticks, cd-rom's, dvd's, geheugenkaarten,



harde schijven van computers en e-mails. Bij nieuwe dragers moet beoordeeld worden of die nieuwe drager waarborgt dat de consument, op dezelfde manier als in geval van een papieren drager, de verplichte informatie in zijn bezit krijgt, zodat een consument, in voorkomend geval, zijn rechten kan doen gelden.

Ook wanneer de consument heeft verzocht om nakoming van de overeenkomst tijdens de ontbindingstermijn, behoudt hij zijn herroepingsrecht. Indien de consument in dat geval de overeenkomst alsnog binnen veertien dagen ontbindt, kunnen hem kosten in rekening worden gebracht voor de periode waarin aan hem gas en/of elektriciteit is geleverd. Om deze kosten in rekening te kunnen brengen moet naast het vereiste dat de consument uitdrukkelijk heeft verzocht om al tijdens de ontbindingstermijn te starten met de levering, ook zijn voldaan aan het volgende. De leverancier moet de consument voor het sluiten van het contract hebben geïnformeerd over:

- o de duur van de bedenktijd;
- o de manier waarop de consument van de bedenktijd gebruik kan maken;
- o de vergoeding die de consument moet betalen voor de energie die hij al heeft gebruikt voordat hij ontbindt.

De consument is geen kosten verschuldigd wanneer de levering van gas en/of elektriciteit al tijdens de ontbindingstermijn is aangevangen, terwijl hij hierom niet uitdrukkelijk heeft verzocht (art. 6:230s, lid 5 BW).

Indien de aanbieder de consument voor de totstandkoming van de overeenkomst geen, onvoldoende of op onjuiste wijze informatie heeft gegeven over de manier waarop de overeenkomst kan worden ontbonden, de termijn waarbinnen dit kan gebeuren en de voorwaarden die hierbij gelden en/of het modelformulier voor ontbinding niet of onjuist heeft verstrekt, wordt de ontbindingstermijn verlengd met de tijd die is verstreken vanaf het tijdstip dat de ontbindingstermijn is aangevangen, tot het moment waarop alle ontbrekende gegevens alsnog op de voorgeschreven wijze aan de consument zijn verstrekt. De ontbindingstermijn kan met ten hoogste twaalf maanden worden verlengd. Bovendien kan het weglaten, verborgen houden, op onduidelijke, onbegrijpelijke, dubbelzinnige wijze dan wel laat verstrekken van informatie tevens een misleidende handelspraktijk (omissie) opleveren. Dit geldt bijvoorbeeld voor het niet informeren over het bestaan van een recht op herroeping of annulering.

#### *Online: welke extra informatie?*

Voor aanbieders die online overeenkomsten sluiten gelden nog andere verplichtingen. Artt. 3:15d en 3:15e BW zijn een uitwerking van de richtlijn inzake elektronische handel (Richtlijn 2000/31/EG). De bepalingen in deze artikelen zijn relevant voor aanbieders die online hun diensten of zaken aanbieden. Art. 3:15d, lid 1 BW geeft een opsomming van de informatie die de online aanbieder moet verstrekken:

- de identiteit van de onderneming: hiermee wordt bedoeld de naam waarmee de onderneming ingeschreven is bij de Kamer van Koophandel (KvK).
- het geografische adres: dit is het adres waar de economische activiteiten worden uitgeoefend. Dat wil zeggen: het adres van waaruit de onderneming gerund wordt.



Meestal – maar niet per definitie – is dat het vestigingsadres zoals vermeld bij de KvK. Let op: vermelden van alleen een postbus is onvoldoende.

- de contactgegevens van de onderneming: aanbieders moeten in ieder geval een e-mailadres vermelden en daarnaast een andere mogelijkheid bieden waarmee klanten direct contact met hen kunnen opnemen. Bijvoorbeeld een telefoonnummer. Indien sprake is van beperkte bereikbaarheid, dan dient dit duidelijk op de website te worden vermeld.
- het inschrijvingsnummer bij de KvK en btw-nummer.
- voor zover een activiteit aan een vergunningsstelsel is onderworpen: de gegevens over de bevoegde toezichthoudende autoriteit. Zo dienen energieleveranciers aan consumenten over een vergunning tot levering van ACM te beschikken.

De basisregel is dat de informatie over een bedrijf op de hele website gemakkelijk te vinden moet zijn. Het is dus niet voldoende om deze informatie verstopt 'ergens op de website' te zetten. De wet stelt namelijk eisen aan de manier waarop de informatie verstrekt moet worden, namelijk gemakkelijk, rechtstreeks en permanent toegankelijk. De informatie kan boven of onderaan elke pagina van de website geplaatst worden of kan bijvoorbeeld via een link op iedere pagina toegankelijk gemaakt worden. De naam van de link moet dan wel duidelijk maken dat die naar informatie over de onderneming leidt. Bijvoorbeeld "contactgegevens" of "over ons". Ook moet die link gemakkelijk te vinden zijn voor de bezoeker van de website.

Wanneer de aanbieder op internet reclame maakt, moet deze reclame aan een aantal eisen voldoen (art. 3:15e BW). Het moet duidelijk zijn dat sprake is van reclame en degene die reclame maakt moet zijn identiteit vermelden. Daarnaast moet de reclame, indien deze verkoopbevorderende aanbiedingen, wedstrijden of spelen omvat, een duidelijke en ondubbelzinnige vermelding bevatten van de aard en de voorwaarden van de aanbieding of de deelneming.

Bij overeenkomsten die via internet worden gesloten, is vereist dat informatie die in art. 6:230m, lid 1, onder a, e, o en p BW wordt genoemd op een in het oog springende manier en onmiddellijk voordat de consument zijn bestelling plaatst, wordt weergegeven (art. 6:230v, lid 2 BW). Het gaat hierbij om informatie over de voornaamste kenmerken van de zaak of dienst, de totale prijs en alle extra kosten, de duur van de overeenkomst en de voorwaarden voor het opzeggen daarvan en de minimumduur van de verplichtingen voor de consument. Bovendien moet voor de consument duidelijk zijn wanneer hij een betalingsverplichting aangaat. Dit kan bijvoorbeeld door in het bestelproces gebruik te maken van de term of een knop 'bestelling met betalingsverplichting'. Op websites waarop zaken of diensten door de aanbieder worden aangeboden wordt uiterlijk aan het begin van het bestelproces duidelijk en leesbaar aangegeven of er beperkingen gelden voor de levering en welke betaalmiddelen worden aanvaard (art. 6:230v, lid 4 BW).

#### *Online: informatie over de totstandkoming van de overeenkomst*

Voordat een overeenkomst langs elektronische weg tot stand komt, moet een aanbieder op duidelijke, begrijpelijke en ondubbelzinnige wijze bepaalde informatie verschaffen over de



wijze van totstandkoming van de overeenkomst (art. 6:227b BW). Het gaat daarbij met name om informatie over – kort gezegd – welke handelingen nodig zijn om de overeenkomst tot stand te laten komen, het al dan niet archiveren van de overeenkomst, de wijze waarop de consument van door hem niet gewilde handelingen (eventuele fouten) op de hoogte kan raken en hoe hij deze voor de overeenkomst tot stand komt, kan herstellen, talen waarin de overeenkomst kan worden gesloten en de gedragscodes waaraan de dienstverlener zich heeft onderworpen en de wijze waarop de consument die kan raadplegen.

Op grond van art. 6:227c, lid 1 BW moet de dienstverlener niet alleen bepaalde informatie verschaffen (zoals hierboven genoemd) maar moet hij tevens aan de consument passende, doeltreffende en toegankelijke middelen ter beschikking stellen waarmee de consument voor de aanvaarding van de overeenkomst van door hem niet gewilde handelingen (eventuele fouten) op de hoogte kan raken en waarmee hij deze kan herstellen.

#### *Online: bevestiging van de overeenkomst*

De aanbieder verstrekt de consument op een duurzame gegevensdrager binnen een redelijke termijn na het sluiten van de overeenkomst op afstand een bevestiging van de overeenkomst. Binnen een redelijke termijn is in ieder geval bij de levering van de zaken of voordat de dienst wordt uitgevoerd. In deze bevestiging van de overeenkomst staat in ieder geval de verplichte informatie genoemd in het begin van deze paragraaf, voor zover de aanbieder deze informatie niet al voor het sluiten van de overeenkomst op een duurzame gegevensdrager heeft verstrekt (art. 6:230v BW).

#### *Verkoop buiten de verkooppriimte*

Wanneer een aanbieder buiten de verkooppriimte (bijvoorbeeld aan de deur) een overeenkomst sluit, gelden eveneens nog andere verplichtingen. In de eerste plaats zijn er regels ten aanzien van de vorm, inhoud en het medium waarop de informatie wordt verstrekt (art. 6:230t BW). De informatie moet leesbaar zijn en in duidelijke en begrijpelijke taal worden opgesteld. Daarnaast moet de informatie in beginsel op papier aan de consument worden verstrekt. Slechts als de consument instemt met een (andere) duurzame gegevensdrager, zoals een e-mail, zal de aanbieder daarmee kunnen volstaan. Ook moet de aanbieder de consument een afschrift van de ondertekende overeenkomst of een bevestiging van de overeenkomst verstrekken.

Op grond van de wet OHP zijn bepaalde handelspraktijken onder alle omstandigheden agressief. De wet noemt hierbij expliciet het negeren van het verzoek van de consument om zijn huis te verlaten of niet meer terug te komen (art. 6:193i, onder b BW).

#### *Telemarketing*

Voor wat betreft telefonische verkoop ten aanzien van het geregeld leveren van gas en elektriciteit, gelden ook een aantal aanvullende verplichtingen. Het moet voor de consument voldoende duidelijk zijn dat hij wordt gebeld met een commercieel doel, namelijk met het oog op het sluiten van een overeenkomst op afstand (art. 6:230v, lid 6 BW). In datzelfde artikel staat nog een belangrijke regel: de overeenkomst die het gevolg is van het telemarketinggesprek wordt schriftelijk aangegaan. In de praktijk zal aan deze norm zijn voldaan doordat de aanbieder een aanbod tot het aangaan van een overeenkomst in



schriftelijke vorm opstelt en aan de consument toestuurt. De consument zal dit aanbod moeten aanvaarden om de uiteindelijke overeenkomst tot stand te brengen, hetgeen doorgaans blijkt uit ondertekening van de schriftelijke overeenkomst. Een aanbieder mag ook een e-mail met de overeenkomst sturen, waarop de consument dan per e-mail zijn instemming kan geven. Na ondertekening van de overeenkomst heeft de consument eveneens nog de hierboven besproken ontbindingstermijn van veertien dagen. Van deze eis van schriftelijkheid is uitgezonderd de overeenkomst waarin een tussen partijen bestaande overeenkomst wordt verlengd of vernieuwd.

Evenals bij online overeenkomsten moet de aanbieder de consument op een duurzame gegevensdrager binnen een redelijke termijn na het sluiten van de overeenkomst op afstand een bevestiging van de overeenkomst verstrekken. Binnen een redelijke termijn is in ieder geval bij de levering van de zaken of voordat de dienst wordt uitgevoerd. In deze bevestiging staat in ieder geval de verplichte informatie genoemd in het begin van deze paragraaf, voor zover de aanbieder deze informatie niet al voor het sluiten van de overeenkomst op een duurzame gegevensdrager heeft verstrekt (art. 6:230v BW).

Op grond van de wet OHP zijn bepaalde handelspraktijken onder alle omstandigheden agressief. De wet noemt hierbij expliciet het hardnekkig en ongewenst aandringen per telefoon, fax, e-mail of andere afstandsmedia (art. 6:193i, onder c BW).

Consumenten die niet telefonisch benaderd willen worden met o.m. energieaanbiedingen, kunnen zich inschrijven in het bel-me-niet-register. Aanbieders die gebruik maken van telemarketing hebben de verplichting om het register te raadplegen en mogen consumenten die daarin staan ingeschreven niet telefonisch benaderen, tenzij het gaat om zogenoemde 'warme contacten' (consumenten wiens contactgegevens zijn verkregen in het kader van de verkoop van een eigen product of dienst en wiens contactgegevens daarom mogen worden gebruikt voor het overbrengen van commerciële doeleinden met betrekking tot eigen gelijksoortige producten of diensten). In elk telefoongesprek dient de consument actief te worden gewezen op het bestaan van dit register en moet de mogelijkheid worden geboden om zich direct kosteloos in te schrijven. Tevens moet de consument de mogelijkheid worden geboden om verzet aan te tekenen tegen het verdere gebruik van zijn contactgegevens door de aanbieder.

### **3.3 Toelichting per thema**

#### **3.3.1 Het aanbod**

Het aanbod (ook wel een offerte genoemd) en de uiteindelijke overeenkomst liggen in elkaars verlengde. De overeenkomst is het gevolg van aanvaarding van het aanbod en moet daar ook mee overeenstemmen. Wanneer een consument bijvoorbeeld via een website een offerte aanvraagt, kan de aanbieder de consument een aanbod doen. Het is niet toegestaan de consument in reactie op zijn offerte-aanvraag een overeenkomst toe te sturen waarin staat dat hij aan de overeenkomst gebonden is, als hij niet binnen een bepaalde periode reageert.



Wanneer een aanbieder een consument digitaal of schriftelijk een offerte toezendt, is sprake van een aanbod en is nog geen overeenkomst tot stand gekomen. Bij het aanbod kan wel aangegeven worden dat deze nog voor een x aantal dagen openstaat voor uitdrukkelijke acceptatie door de consument en dat het aanbod daarna vervalt. Met andere woorden: de consument moet het aanbod actief aanvaarden voordat sprake is van een overeenkomst; stilzwijgende aanvaarding dan wel een vorm van opt-out is niet mogelijk. Het is dus niet toegestaan de consument een overeenkomst te sturen met de mededeling dat hij er binnen veertien dagen vanaf kan. In dat geval komt de overeenkomst immers niet tot stand door uitdrukkelijke aanvaarding door de consument.

Welke informatie de aanbieder bij het aanbod moet geven is in paragraaf 3.2 bij bespreking van de verschillende verkoopkanalen al genoemd. Het is van belang dat de consument voldoende informatie heeft over wat hem wordt aangeboden, zodat hij dat aanbod kan vergelijken met het aanbod van andere aanbieders. Dat laatste geldt zeker ook voor de prijs.

Wanneer een consument het aanbod van een nieuwe leverancier accepteert, heeft hij een bedenktijd, ook wel aangeduid als 'afkoelperiode' (zie ook 3.2.2. "herroepingsrecht"). De wet geeft daarvoor een termijn van veertien dagen. Consumenten die van leverancier veranderen hebben ook een wettelijke opzegtermijn van ten hoogste een maand. In de energiesector komt het in de praktijk voor dat wanneer de overeenkomst wordt gesloten met de consument, de leverancier pas na de bedenktijd van veertien dagen de overeenkomst met de oude leverancier opzegt. In dat geval gaat de opzegtermijn van maximaal vier weken in na de veertien dagen bedenktijd en duurt het dus maximaal zes weken voordat de consument van leverancier is veranderd. ACM is van mening dat in dat geval de aanbieder de consument actief dient te informeren over het feit dat de overeenkomst pas na het verstrijken van de bedenktijd zal worden opgezegd bij de oude leverancier. Ook dient de aanbieder in dat geval te vermelden dat de nieuwe overeenkomst dus na zes weken zal ingaan. Indien de consument binnen vier weken overgestapt wil zijn, dient de aanbieder dit te faciliteren.

### 3.3.2 De prijs

Op basis van de wet OHP mag de aanbieder de consument geen misleidende informatie verstrekken over de prijs, inclusief alle belastingen, die hij zal moeten betalen of over de wijze waarop die prijs berekend wordt. Essentiële informatie over de prijs mag evenmin worden weggelaten of op onduidelijke, onbegrijpelijke of dubbelzinnige wijze, dan wel laat worden verstrekt (zie artt. 6:193c lid 1, onder d BW, 6:193d BW en 6:193e, onder c BW). Ook bij een aanbod op de consumentenmarkt voor energie moet het voor de consument duidelijk zijn wat hij moet gaan betalen en moet hij dat kunnen vergelijken met de prijs die hij bij een andere aanbieder zou betalen.

De totale prijs voor de levering van gas en elektriciteit is opgebouwd uit verschillende kostencomponenten, sommige verbruiksonafhankelijk en sommige verbruiksafhankelijk. Om de consument essentiële informatie over de prijs te kunnen geven, moeten deze verschillende componenten gegeven worden.



Voor het verbruiksonafhankelijke deel, zoals bijvoorbeeld de vaste leveringskosten en de netbeheerkosten, moet hij vooraf worden geïnformeerd over de hoogte van deze kosten.

Voor wat betreft de verbruiksafhankelijke component – afhankelijk van het werkelijke energieverbruik van de consument – is het niet mogelijk exact te bepalen wat de consument uiteindelijk moet betalen, omdat het afhangt van zijn specifieke verbruik. Wanneer de prijs niet vooraf berekend kan worden, moet de manier waarop de prijs wordt berekend duidelijk worden gemaakt. Dat betekent voor energieaanbiedingen dat het leveringstarief per eenheid energie die geleverd wordt (kWh of m<sup>3</sup>) gegeven moet worden. In dit tarief moeten alle belastingen en toeslagen zijn opgenomen. Indien van toepassing dient ook het tarief voor teruglevering op dezelfde wijze gegeven te worden.

ACM vindt het belangrijk dat de consument aanbiedingen kan vergelijken en daarvoor is belangrijk dat het duidelijk is hoeveel hij bij benadering gaat betalen. Door het aanbod te koppelen aan het meest recente beschikbare verbruik van de individuele consument ontstaat, in de visie van ACM, de meest duidelijke indicatie van de te verwachten jaarkosten. In paragraaf 3.3.3 over het aanbod op maat wordt hier nader op ingegaan.

Naast wat hierboven over prijzen bij het aanbod aan de orde kwam, moeten *leveranciers* op grond van artt. 95m, lid 2 E-wet en 52b, lid 2 Gaswet ervoor zorgen dat afnemers te allen tijde transparante informatie kunnen verkrijgen over de geldende tarieven en voorwaarden voor levering en transport van elektriciteit en gas. Hieronder verstaat ACM duidelijke, volledige, ondubbelzinnige, actuele en juiste informatie over ten minste de hierboven genoemde kostencomponenten, zowel de verbruiksonafhankelijke (zoals vaste leveringskosten en netbeheerkosten) als de verbruiksafhankelijke (in de vorm van het leveringstarief per eenheid energie die geleverd wordt (kWh of m<sup>3</sup>) inclusief alle belastingen en toeslagen alsmede het tarief voor teruglevering).

Het feit dat leveranciers er voor moeten zorgen dat afnemers te allen tijde transparante informatie kunnen verkrijgen over de geldende tarieven en voorwaarden betekent volgens ACM bovendien dat een leverancier:

- de informatie permanent en gemakkelijk toegankelijk houdt op de door of namens hem gebruikte websites;
- de informatie op verzoek van een consument – desgewenst schriftelijk – verschaft;
- de in het verleden gehanteerde tarieven die voor een consument op basis van de leveringsovereenkomst (nog) gelden, op verzoek van de consument – desgewenst schriftelijk – verschaft.

#### *Prijswijzigingen*

De prijs van energieleveringen is onder andere afhankelijk van prijzen op de wereldhandel voor gas en andere brandstoffen. Echter niet alle prijsstijgingen mogen aan de consument worden doorberekend. Slechts wettelijke prijsverhogingen, zoals verhoging van de btw, mogen worden doorberekend.



Bij vaste energietarieven staan de tarieven vast gedurende de looptijd van de overeenkomst. Bij variabele energietarieven kan de leveringsprijs variëren gedurende de looptijd van de overeenkomst. Eenzijdige prijswijzigingen zijn niet per definitie verboden, maar moeten voor de consument wel voorzienbaar zijn. Dit betekent dat de leverancier in zijn voorwaarden moet aangeven hoe hij omgaat met prijswijzigingen. In de eerste plaats moet hij de consument bij het aangaan van de overeenkomst uitdrukkelijk wijzen op het feit dat in de algemene voorwaarden staat dat prijsverhogingen plaats kunnen vinden. De bepaling in de voorwaarden moet vervolgens duidelijk weergeven welke rechten de consument heeft indien een prijsverhoging plaatsvindt (die niet het gevolg is van een wettelijke verhoging). Indien een prijsverhoging daadwerkelijk gaat plaatsvinden, moet de consument daar tijdig van te voren en persoonlijk over geïnformeerd worden. Een verwijzing naar de website, waar de tarieven staan, is niet voldoende. Ook moet hem het recht worden geboden de overeenkomst op te zeggen, indien sprake is van een overeenkomst voor onbepaalde tijd. Indien sprake is van een overeenkomst voor bepaalde tijd met een variabel tarief, dient de leverancier bovendien duidelijk aan te geven hoe vaak de variabele tarieven kunnen wijzigen.

### 3.3.3 Aanbod op maat

Hierboven is besproken aan welke informatieverplichtingen een aanbieder moet voldoen om op de juiste wijze aan de consument een aanbod te doen. In deze paragraaf geeft ACM een handreiking in de vorm van het zogenaamde aanbod op maat. Hiermee geeft ACM een methode aan waarmee de aanbieder in ieder geval de regels op juiste wijze toepast.

Met een aanbod op maat onder genoemde voorwaarden wordt in de visie van ACM in ieder geval voldaan aan de informatieverplichtingen ten aanzien van de prijs zoals die in diverse wettelijke bepalingen worden voorgescreven, voor wat betreft het aanbieden van producten op de consumentenmarkt voor energie. Ongeacht het door de aanbieder gekozen verkoopkanaal, zal het volgen van het aanbod op maat ervoor zorgen dat de consument in ieder geval de vereiste informatie krijgt en zal de aanbieder tevens voldoen aan de eis van transparantie en zorgen voor vergelijkbare informatie.

Van een dergelijk *aanbod op maat* is sprake wanneer de aanbieder aan de consument een concreet aanbod doet die op zijn persoonlijke situatie van toepassing is. Dit betekent dat de aanbieder de consument een aanbod doet waarbij gebruik gemaakt wordt van de persoonlijke uitgangssituatie van die specifieke consument. De aanbieder dient hierbij rekening te houden met de mogelijke omstandigheid dat een consument zelf energie opwekt.

Bij het bepalen van de persoonlijke uitgangssituatie maakt de aanbieder gebruik van de postcode en huisnummer van de consument, zodat hij het aanbod kan afstemmen op de regionale componenten die op de consument van toepassing zijn en rekening kan houden met het soort meter waarover het leveringsadres beschikt. Verder zal voor het bepalen van het te verwachten verbruik van de consument gebruik gemaakt worden van zijn historische verbruik. De consument moet zijn meest recente beschikbare verbruik (bijvoorbeeld van de laatste





jaarafrekening) kunnen geven, zodat het aanbod toegespitst is op zijn daadwerkelijke verbruik.

Aanbieders dienen zich aantoonbaar zo veel mogelijk in te spannen om de consument zijn meest recente beschikbare verbruik en zijn adresgegevens te laten invullen en dienen van deze informatie ook daadwerkelijk gebruik te maken. Alleen wanneer het onmogelijk is voor de aanbieder om voor de consument de gegevens te achterhalen en de consument zelf de gegevens ook niet kan of wil achterhalen, dan geeft de aanbieder zelf een zo nauwkeurig mogelijke indicatie van het verbruik voor die specifieke consument. Hierbij geldt dat de consument ziet van welk verwacht verbruik bij de berekening van het jaarbedrag wordt uitgegaan alsmede de bron of de wijze van berekening. In het geval dat een aanbieder een schatting van het verbruik maakt op basis van door de consument ingevulde kenmerken, is het belangrijk dat dit leidt tot een vergelijkbaar en voor de consument kenbaar indicatief verbruik.

Het aldus gemodelleerde aanbod is gebaseerd op enkel tarief, terwijl de consument ook een dubbele meter kan hebben en dubbel tarief kan wensen. Dit wordt duidelijk toegelicht.

Bij het aanbod op maat wordt in ieder geval het jaarbedrag weergegeven. Dit bedrag is inclusief alle onvermijdbare belastingen en heffingen. In het aanbod zitten dus alle totale kosten inbegrepen.

Bij aanbiedingen voor een meerjarige overeenkomst waarbij de totale kosten gedurende de looptijd wijzigen (bijvoorbeeld bij loyaliteitskortingen), geeft de aanbieder duidelijk aan welke kortingsacties gelden. Bovendien moet de aanbieder duidelijk en begrijpelijk uitleggen hoe de korting doorwerkt in het getoonde jaarbedrag zodat voor de consument een vergelijking met andere aanbiedingen mogelijk is. Indien een aanbieder een consument een welkomstpremie biedt, dienen de hieraan verbonden voorwaarden vooraf bekend te zijn. Met andere woorden dient voor de consument vooraf duidelijk te zijn onder welke voorwaarden hij de welkomstpremie daadwerkelijk krijgt en dus ook in welke gevallen (indien daar sprake van is) hij de welkomstpremie kan mislopen.

De in het aanbod gepresenteerde elementen zijn eenvoudig herleidbaar/herkenbaar in de later op basis van het aanbod en aanvaarding gesloten overeenkomst en de later te ontvangen factuur, zodat de consument voor zichzelf kan controleren of hij gekregen heeft wat hij overeengekomen was. Hierbij geldt dat de consument in ieder geval in het aanbod en in de overeenkomst de vaste kostencomponenten én de leveringstarieven per eenheid (kWh of m<sup>3</sup>) inclusief belastingen en toeslagen krijgt, zodat hij het aanbod en de na aanvaarding tot stand gekomen overeenkomst met elkaar kan vergelijken. Indien de consument zelf energie opwekt en daarmee mogelijk energie zal terugleveren aan het net, moet ook aangegeven worden hoe saldering plaatsvindt en tegen welk tarief eventuele teruglevering zal worden vergoed. Uiteindelijk kan hij dan de kostenberekening op basis van de daadwerkelijk geleverde energie op de factuur herleiden tot de informatie opgenomen in het aanbod op maat op basis waarvan hij de overeenkomst is aangegaan.



Voor wat betreft transparantie en vergelijkbaarheid, wil ACM het volgende benadrukken. Aanbieders gebruiken in hun commerciële uitingen diverse termen, zoals geschat maandbedrag, termijnbedrag of voorschotbedrag. Wanneer het geschat maandbedrag kan afwijken van het daadwerkelijke voorschotbedrag, moet de aanbieder dit aangegeven. De consument zal immers het geschat maandbedrag vergelijken met zijn huidige voorschotbedrag en mogelijk daarop zijn keuze baseren. De door de aanbieders gebruikte begrippen dienen eenduidig en geharmoniseerd te zijn, zodat deze de vergelijkbaarheid van aanbiedingen voor consumenten bevorderen.

Naast het op deze manier duidelijk doen van een aanbod moet ook duidelijk zijn met wie de consument te maken heeft en of dit degene is met wie de consument uiteindelijk een overeenkomst sluit. Een wederverkoper moet dus duidelijk maken met wie de consument uiteindelijk een overeenkomst sluit en tegen welke voorwaarden. Ook moet voor de consument duidelijk zijn hoe hij zijn wederpartij kan bereiken en hoe en bij wie hij gedurende de looptijd van de overeenkomst een klacht kan indienen.

#### **3.3.4 De overeenkomst**

De aanbieder geeft in de overeenkomst duidelijk de datum aan waarop de overeenkomst is gesloten, alsmede de datum waarop de levering zoals overeengekomen zal starten en zal eindigen.

Het komt in de huidige praktijk voor dat pas in de bevestiging van de overeenkomst de definitieve data waarop de levering zoals overeengekomen zal starten en eindigen worden vermeld. Hetzelfde geldt voor – indien van toepassing – het voorschotbedrag. Deze gegevens zijn mogelijk nog niet definitief bekend op het moment dat het aanbod wordt gedaan. Indien de definitieve gegevens pas bij de bevestiging van de overeenkomst aan de consument bekend worden gemaakt, dient de consument hierover bij het aanbod te worden geïnformeerd en hiermee uitdrukkelijk akkoord te gaan.

Overeenkomsten worden gesloten voor bepaalde of onbepaalde tijd. Voor het opstellen van een overeenkomst bestaat in principe contractsvrijheid. Daarbij wordt opgemerkt dat in ieder geval het modelcontract dient te worden aangeboden (artt. 95na E-wet en 52ca Gaswet). Dit is een door ACM vastgestelde standaardovereenkomst voor onbepaalde tijd tegen het variabele tarief.

Al bij het sluiten van de overeenkomst zal de aanbieder duidelijk moeten informeren over wat er gebeurt na het verstrijken van de looptijd. Dat wil zeggen, de aanbieder moet bij het sluiten van de overeenkomst de consument duidelijk en expliciet informeren over wat er gebeurt nadat de looptijd verstreken is en welke situatie daarna ontstaat. Dit moet in de overeenkomst worden vastgelegd. Daarom moet de aanbieder in de overeenkomst opnemen op welke datum de looptijd begint en wanneer deze eindigt. Indien de tarieven na afloop van de looptijd wijzigen, zal de aanbieder al bij het sluiten van de overeenkomst de aanpassing van de tarieven transparant moeten toelichten en de consument moet hier uitdrukkelijk mee akkoord



gaan. De aanbieder dient aan de consument persoonlijk en tijdig voor het verstrijken van de looptijd de nieuwe tarieven kenbaar te maken. Een verwijzing naar de website, waar de tarieven staan, is niet voldoende. Ook kan hij hem een ander aanbod doen.

Tenslotte is het ook belangrijk dat de aanbieder zijn geld krijgt en daarom moet ook duidelijk zijn afgesproken hoe de consument betaalt en aan wie. Wanneer de aanbieder een wederverkoper is, moet het voor de consument duidelijk zijn of hij de wederverkoper of de leverancier moet betalen en het moet duidelijk zijn aan wie hij bevrijdend kan betalen.

### 3.3.5 Factuur

Bij levering van energie wordt van oudsher maandelijks een geschat bedrag vooruitbetaald: het termijnbedrag. Aan het eind van het verbruiksjaar of, als dat eerder is, nadat de overeenkomst wordt beëindigd, wordt de jaarafrekening of eindafrekening opgemaakt. Deze jaar- of eindafrekening die de aanbieder stuurt, moet controleerbaar aansluiten op het oorspronkelijk geaccepteerde aanbod en het daadwerkelijke verbruik.

Ook de factuur moet duidelijk en begrijpelijk zijn voor de consument. Daarom vindt ACM het erg belangrijk dat de terminologie en kostencomponenten van de factuur aansluiten op die van het geaccepteerde aanbod en de overeenkomst. Met andere woorden: de consument moet het aanbod, de overeenkomst en de factuur naast elkaar kunnen leggen en eenvoudig kunnen narekenen of de factuur klopt met dat wat oorspronkelijk was afgesproken. Dat betekent dat uit de factuur duidelijk moet blijken:

- op welke periode de factuur betrekking heeft;
- wat het totale verbruik is geweest (in kWh en/of m<sup>3</sup>);
- wat het elektriciteitstarief of gastarief waarvoor geleverd is, is geweest. Dit moet kloppen met de tarieven die in de overeenkomst staan en met eventueel tussentijdse tariefwijzigingen. In deze tarieven moeten alle belastingen en toeslagen zijn opgenomen (btw, energiebelasting, etc.);
- welke hoeveelheid verbruikt is tegen welk tarief. Belangrijk is hierbij dat de gehanteerde tarieven uit het geaccepteerde aanbod herleidbaar moeten zijn (ook in geval van tussentijdse tariefwijzigingen);
- wat de vaste kosten zijn geweest, zoals de vaste leveringskosten en netbeheerkosten;
- wat de vermindering energiebelasting is;
- wat de totale kosten zijn geweest van het energieverbruik in de betreffende periode;
- wat de klant in totaal ontvangt of verschuldigd is na aftrek van de reeds verrekenende termijnbedragen en welke termijnen in deze verrekening zijn meegenomen.

In het geval dat de consument ook zelf energie opwekt (bijvoorbeeld via zonnepanelen) en mogelijk teruglevert aan het net, dan moet uit de factuur eveneens duidelijk blijken hoe saldering en teruglevering hebben plaatsgevonden.



Uitgangspunt is dat de factuur de informatie over de jaarkosten in ieder geval zoals hierboven beschreven weergeeft. Daarnaast moet de nadere uitsplitsing van de factuurposten beschikbaar zijn voor consumenten die dat willen. De leverancier kan ervoor kiezen de nadere uitsplitsing met de factuur mee te sturen.

Het maakt hierbij niet uit van wie de consument de factuur krijgt. Ook wederverkopers mogen de facturering doen. Daarbij geldt dat de leverancier verantwoordelijk is voor de juistheid van de rekening. Stuurt de wederverkoper de rekening dan moet die rekening net zo goed duidelijk zijn en de consument moet hem kunnen controleren ten opzichte van het geaccepteerde aanbod zoals vastgelegd in de overeenkomst.

Wanneer het op betalen aankomt, moet van te voren duidelijk zijn gemaakt aan wie de consument bevrijdend kan betalen en van welke betaalwijze gebruik kan worden gemaakt. De aanbieder kan voor het gebruikmaken van een bepaalde betaalwijze een bedrag in rekening brengen. Het is echter verboden om meer voor de betaalwijze in rekening te brengen dan de kosten van het gebruik ervan door de aanbieder (art. 6:230k, lid 1 BW).

In geval van een overstap zal de consument een eindafrekening ontvangen. Deze moet op grond van de Regeling afnemers en monitoring Elektriciteitswet 1998 en Gaswet binnen zes weken door de consument zijn ontvangen. Voor wat betreft de jaarafrekening geldt een periode van acht weken, dat wil zeggen dat deze binnen acht weken na afloop van het (contract)jaar door de consument wordt ontvangen.

### **3.3.6 Beëindiging of voortzetting van de overeenkomst**

#### *Beëindiging*

Beëindiging wordt voor energieleveringsovereenkomsten specifiek geregeld in artt. 95m, lid 7 E-wet en 52b, lid 7 Gaswet. Daarin wordt namelijk bepaald dat alle leveringsovereenkomsten opzegbaar zijn met een opzegtermijn van dertig dagen. Voor een energieleveringsovereenkomst voor onbepaalde tijd geldt dat deze op ieder moment van de maand opgezegd kan worden en dat een opzegtermijn van dertig dagen geldt (artt. 95m, lid 7 E-wet en 52b, lid 7 Gaswet). Voor het opzeggen van een overeenkomst voor onbepaalde tijd is geen vergoeding verschuldigd (lid 8 van beide artikelen). Bij het sluiten van een overeenkomst moet het voor de consument duidelijk zijn wat de voorwaarden zijn van de overeenkomst en onder welke voorwaarden de consument van de overeenkomst af kan en kan overstappen op een andere overeenkomst.

#### *Verlenging*

Een overeenkomst voor bepaalde tijd tussen aanbieder en consument mag na afloop van de overeengekomen leveringsperiode niet stilzwijgend verlengd worden in een overeenkomst voor bepaalde duur. Consumenten mogen een stilzwijgend verlengd contract namelijk altijd elke maand opzeggen en de opzegtermijn mag niet meer zijn dan een maand. Het is niet toegestaan om het moment van opzegging voor te schrijven. Consumenten mogen aan het eind van de maand opzeggen maar ook op dag tien van de maand. Dan eindigt de



overeenkomst op dag tien van de volgende maand. Consumenten kunnen ook al tijdens de vaste contractperiode opzeggen om stilzwijgende verlenging te voorkomen. Een tijdige opzegging werkt dan direct na afloop van de vaste periode.

#### *Opzegvergoeding*

Voor het opzeggen van een overeenkomst voor *bepaalde tijd* kan een opzegvergoeding verschuldigd zijn. Door ACM zijn redelijke opzegvergoedingen vastgesteld in de Richtsnoeren Redelijke Opzegvergoedingen Vergunninghouders (Rover). In Rover wordt ook ingegaan op de redelijkheid van een eventueel beding in de overeenkomst tot vergoeding van een uitgedeeld welkomstcadeau. In de visie van ACM vraagt een professionele handelswijze van de nieuwe aanbieder dat hij de consument erop wijst dat de oude/huidige aanbieder bij de beëindiging van de oude overeenkomst mogelijk kosten in rekening kan brengen. Het niet melden van deze mogelijke extra kosten, is naar de visie van ACM een misleidende omissie. De consument heeft deze informatie nodig om een goed geïnformeerde aankoopbeslissing te kunnen nemen. Ook moet de nieuwe aanbieder een overstappende consument inlichten over de termijnen die gelden bij de overgang naar de nieuwe aanbieder (zie 3.3.1.).

### **3.3.7 Stroometiket**

Energieleveranciers zijn op grond van de E-wet verplicht hun eindafnemers te informeren over de samenstelling van de elektriciteit die zij in het voorafgaande kalenderjaar hebben geleverd. Dit doen zij aan de hand van hierna genoemde drie stroometiketten.

#### *Stroometiket per stroomproduct*

De energieleverancier meldt op of bij de rekening aan de eindafnemer het aandeel (percentage) van elke energiebron die de leverancier heeft gebruikt voor levering aan die afnemer en de milieugevolgen van de elektriciteitsproductie met die energiebronnen.

#### *Stroometiket voor het gehele leveringsbedrijf*

De leverancier meldt:

1. elk jaar de opwekkingsgegevens van de door hem in het voorgaande kalenderjaar aan zijn eindafnemers geleverde elektriciteit op zijn website voor eindafnemers, en;
2. a) uiterlijk in de periode vanaf 1 mei van elk kalenderjaar tot 1 mei van het daaropvolgende jaar de opwekkingsgegevens van de door hem in het kalenderjaar voorafgaand aan die periode aan zijn eindafnemers geleverde elektriciteit op of bij de rekening en in het promotiemateriaal, of;  
b) op of bij de rekening, de opwekkingsgegevens van de door hem in de periode waarop die rekening betrekking heeft aan zijn eindafnemers geleverde elektriciteit.

#### *Stroometiket voor het gehele moederconcern*

Indien de energieleverancier onderdeel uitmaakt van een groep als bedoeld in art. 2:24b BW, worden tevens de opwekkingsgegevens van de groep als geheel vermeld op of bij de rekening aan de eindafnemer, alsmede op aan de eindafnemer geadresseerd promotiemateriaal.



Leveranciers moeten dus meerdere stroometiketten maken. De geleverde elektriciteit moet hierbij worden uitgedrukt in het aantal kilowatturen, uitgesplitst naar energiebronnen, onder vermelding van het procentuele aandeel van elke energiebron in zijn totale brandstofmix. De opwekkingsbronnen die moeten worden onderscheiden zijn kolen, aardgas, nucleaire energie en de hernieuwbare energiebronnen wind, zonne-energie, waterkracht, biomassa en overige hernieuwbare energiebronnen. Ook het percentage geleverde elektriciteit waarvoor de opwekkingsbron onbekend is moet worden vermeld, uitgesplitst naar geïmporteerde en overige elektriciteit.

Op ieder stroometiket worden de milieugevolgen, in termen van uitstoot van koolstofdioxide en van radioactief afval, vermeld, als gevolg van elektriciteitsproductie met verschillende energiebronnen, veroorzaakt door de totale brandstofmix die de leverancier in het voorafgaande jaar heeft gebruikt, met uitzondering van 'onbekend'. Het etiket kan deze informatie direct vermelden, maar mag ook verwijzen naar een bron waar deze informatie voor iedereen toegankelijk is.