

# Onderzoek & implementatieplan prijstransparantie

Nationaal Kennisplatform Laadinfrastructuur

16 juli 2020



# Onderzoek & implementatieplan prijstransparantie

## Opdrachtgever

Nationaal Kennisplatform Laadinfrastructuur  
NKL Nederland  
Vondellaan 162  
3521 GH  
Utrecht

Projectnaam: Onderzoek en implementatieplan Prijstransparantie

Projectnummer: 200323

Versie 3

Datum: 16-7-2020

## Opdrachtnemer

EVConsult  
Pilotenstraat 18-D  
1059 CJ  
Amsterdam

## In samenwerking met

CE Delft

## Auteurs

Anco Hoen  
Arjen Coenradij  
Emma van Bree  
Laurens van Mourik  
Lies van den Eijnden  
Peter Scholten  
Tim van Beek

## Inhoudsopgave

<b>Samenvatting</b> .....	<b>5</b>
<b>1. Inleiding</b> .....	<b>6</b>
1.1 Introductie .....	6
1.2 Doel .....	6
1.3 Aanpak .....	6
1.4 Leeswijzer .....	7
<b>2. Prijstransparantie in algemene zin</b> .....	<b>8</b>
2.1 Het algemene doel van prijstransparantie .....	8
2.2 Analyse prijstransparantie .....	10
2.2.1 Wet- en regelgeving .....	10
2.2.2 Toezicht op specifieke sectoren .....	13
2.2.3 Synthese .....	16
<b>3. Beschrijving huidige situatie EV-sector</b> .....	<b>18</b>
3.1 Prijstransparantie in de EV-sector .....	18
3.2 Varianten van inzicht in prijscategorieën .....	19
3.2.1 Prijstaxonomie .....	20
3.2.2 Prijscomponenten .....	20
3.3 Beschrijving van betaal- en verrekening methoden .....	22
3.3.1 Laden via abonnement .....	23
3.3.2 Ad-hoc laden en betalen .....	23
3.4 Rol en relaties van belangrijkste stakeholders .....	24
<b>4. Definitie prijstransparantie laadpalen</b> .....	<b>25</b>
4.1 Uitgangspunten prijstransparantie laadpalen .....	25
4.1.1 Autoriteit Consument en Markt (ACM) .....	25
4.1.2 Kamervragen .....	26
4.2 Definitie .....	26
4.2.1 Prijstransparantie: aanduiding .....	27
4.2.2 Prijstransparantie: prijs .....	28
4.2.3 Prijstransparantie: kosten .....	29
4.3 Wensen .....	29
<b>5. Markttoets klantperceptie en definitie</b> .....	<b>29</b>
5.1 Aanduiding .....	30
5.2 Prijscomponenten .....	30
5.3 Kosten .....	30
<b>6. Klachten analyse</b> .....	<b>31</b>
6.1 EV-rijders .....	31
6.2 Aanbestedende partijen .....	31
6.3 Laaddienstverleners .....	31
6.4 Laadpaalexploitanten .....	32

<b>7. Geïnterviewde knelpunten en oplossingen.....</b>	<b>32</b>
7.1 Verantwoordelijkheden onduidelijk.....	32
7.2 Beperkte noodzaak tot verandering.....	33
7.3 Gebrek aan handhaving.....	34
7.4 Naleven onderlinge afspraken (Code of Conduct).....	35
7.5 Complexe opbouw prijzen (en afrekening).....	36
7.6 Kosten ad-hoc infrastructuur.....	37
<b>8. Bouwstenen implementatieplan.....</b>	<b>38</b>
8.1 Beeld van de markt o.b.v. uitgevoerde onderzoek.....	38
8.2 Bouwstenen voor een implementatieplan.....	39
1. De definitie van prijstransparantie gezamenlijk, publiekelijk en breder omarmen.....	39
2. Verantwoordelijkheden van alle actoren vastleggen in een draaiboek.....	39
3. Wettelijke afspraken nakomen.....	40
4. Handhaven gemaakte (wettelijke) afspraken.....	40
5. Instellen van een klachtenloket.....	41
6. Jaarlijkse benchmark als markttoets.....	41
8.3 Tot slot.....	42
<b>Bibliografie.....</b>	<b>43</b>
<b>Bijlage 1: geïnterviewde partijen.....</b>	<b>44</b>
Fase 1.....	44
Fase 2.....	44
<b>Bijlage 2: inzichten interviews fase 1.....</b>	<b>45</b>

## Samenvatting

### Aanleiding onderzoek

De markt voor elektrisch vervoer en laadinfrastructuur is de afgelopen jaren sterk gegroeid en deze groei zal de komende jaren verder toenemen. De Nederlandse markt voor laadinfrastructuur en -dienstverlening is de verst ontwikkelde in Europa, maar kent onvolkomenheden in dienstverlening aan elektrisch rijders en in het bijzonder aan prijstransparantie.

### Doel

Het onderzoek heeft een viertal doelstellingen:

1. Het vastleggen van een eenduidige definitie van prijstransparantie,
2. Het vaststellen van regels en criteria voor de implementatie, en de technische, juridische, en contractuele basis van deze regels en criteria;
3. Het identificeren van knelpunten in het huidige systeem en het formuleren van concrete oplossingen en benodigde acties voor implementatie ervan;
4. Een voorstel voor mogelijke bouwstenen voor een implementatieplan inclusief een periodieke onafhankelijke markttoets

### Beeld van de markt

Het beeld dat uit dit onderzoek naar voren komt is dat de prijzen voor consumenten op dit moment onvoldoende transparant zijn en dat geldende wetgeving niet altijd goed wordt nageleefd. Desondanks kunnen we constateren dat er geen technische belemmeringen zijn en dat er goede stappen zijn gezet waardoor op korte termijn verbetering mogelijk is. Om stellig te kunnen beweren dat (stevig) ingrijpen nodig is moet objectief worden aangetoond dat er sprake is van marktfalen. Een kwantitatieve onderbouwing hiervoor ontbreekt echter.

Uit de interviews blijkt verder dat partijen nog onvoldoende beloofd of gestraft worden voor transparantie. Hierdoor is er een beperkte vorm van prijselasticiteit en is er voor marktpartijen voorsnóg weinig noodzaak om transparante prijzen aan te bieden. Er zijn daarnaast veel indicaties dat de markt op onderdelen goed functioneert, dat er al stappen zijn gezet die tijd nodig hebben om te bestendigen, en dat er op termijn autonoom verbetering zal optreden door de groeiende (particuliere) EV-markt en voortschrijdende techniek (denk aan displays op reguliere palen en meer ad-hoc laadmogelijkheden).

### Bouwstenen voor implementatieplan

Op basis van dit onderzoek zijn een aantal bouwstenen gedefinieerd die bijdragen aan prijstransparantie.

1. De definitie van prijstransparantie gezamenlijk, openbaar en breder omarmen
2. De verantwoordelijkheden van alle actoren in de markt vastleggen in een handboek
3. Wettelijke afspraken nakomen
4. Handhaven van gemaakte (wettelijke) afspraken
5. Instellen van een klachtenloket
6. Jaarlijkse benchmark initiëren

## 1. Inleiding

### 1.1 Introductie

De markt voor elektrisch vervoer en laadinfrastructuur is de afgelopen jaren sterk gegroeid en dit gaat de komende jaren verder toenemen. De Nederlandse markt voor laadinfrastructuur en -dienstverlening is de verst ontwikkelde in Europa. Tegelijkertijd is door verschillende partijen aangegeven dat er onvolkomenheden zijn in dienstverlening aan elektrisch rijders. Eén van deze onvolkomenheden betreft prijstransparantie.

Het gevoel bestaat dat eindconsumenten en marktpartijen vaak niet weten waar zij aan toe zijn op het moment dat zij hun elektrische auto (willen) opladen. De laadprijzen zijn niet altijd beschikbaar en een overzicht na afloop ontbreekt nogal eens. Daarnaast roepen verschillen in prijzen tussen locaties of laadpassen vragen op over prijstransparantie.

Een open en transparante markt is van belang voor een gezonde, goed concurrerende markt die de groei van elektrisch rijden verder kan stimuleren. In dit kader heeft het Nationaal Kennisplatform Laadinfrastructuur (NKL) opdracht gegeven aan EVConsult en CE Delft om prijstransparantie in de laadmarkt nader te onderzoeken.

### 1.2 Doel

Het doel van dit onderzoek naar prijstransparantie bij het laden van elektrische voertuigen is om mogelijke bouwstenen voor een implementatieplan te formuleren om tot meer prijstransparantie te komen.

Het onderzoek bestaat uit een aantal elementen;

1. Het vastleggen van een eenduidige definitie van prijstransparantie,
2. Het vaststellen van regels en criteria voor de implementatie, en de technische, juridische, en contractuele basis van deze regels en criteria;
3. Het identificeren van knelpunten in het huidige systeem en het formuleren van concrete oplossingen en benodigde acties voor implementatie ervan;
4. Een voorstel voor mogelijke bouwstenen voor een implementatieplan inclusief een periodieke onafhankelijke markttoets

### 1.3 Aanpak

De aanpak van dit onderzoek bestaat uit 3 fasen. In **fase 1** is er een marktanalyse uitgevoerd naar de algemene definitie van prijstransparantie, de wijze van prijsuitwisseling en de wijze van governance in andere sectoren. Door middel van deskresearch zijn relevante wet- en regelgeving en het huidige kader rondom prijstransparantie in EV geanalyseerd. Op basis van deze stappen is een concept definitie van prijstransparantie bij elektrisch laden opgesteld. De definitie is vervolgens getoetst in de eerste interviewronde met experts, eViolin, de VER, DOET en de NVDE. Tijdens de interviews is ook een eerste inventarisatie gedaan naar de mogelijke knelpunten en oplossingen om tot de voorgestelde prijstransparantie te komen. Ten slotte zijn de resultaten van fase 1 getoetst bij de klankbordgroep, NKL en de NAL-stuurgroep.

In **fase 2** is er een beknopte klachten analyse en markttoets van de opgestelde definitie uitgevoerd. In de tweede interviewronde is er vervolgens dieper ingegaan op de knelpunten en oplossingen met onder andere de ACM, ANWB, eViolin, marktpartijen, concessiehouders- en verleners (zie **bijlage 1** voor een overzicht de geïnterviewde partijen). De resultaten zijn wederom getoetst met de klankbordgroep, NKL en de NAL-stuurgroep.

In **fase 3** is op basis van de resultaten van fase 1 en 2 een marktbeeld opgesteld, bouwstenen voor een implementatieplan vastgelegd en is er een advies gevormd over de manier waarop ingrijpen van buitenaf, indien wenselijk, het beste kan worden ingestoken. Ten slotte zijn de resultaten getoetst met de klankbordgroep, NKL en de NAL-stuurgroep.

## 1.4 Leeswijzer

Dit onderzoek is als volgt opgebouwd. In **hoofdstuk 2** wordt het doel van- en de algemene definitie van prijstransparantie beschreven. Het hoofdstuk sluit af met een analyse van (het toezicht op) prijstransparantie in een aantal specifieke sectoren. In **hoofdstuk 3** wordt het huidige kader rondom prijstransparantie in EV omschreven. **Hoofdstuk 4** bevat de definitie van prijstransparantie van elektrisch laden. In **hoofdstuk 5** staan de resultaten van de markttoets en in **hoofdstuk 6** de analyse van de klachten analyse. **Hoofdstuk 7** geeft de (verschillende) visies van de geïnterviewde partijen (waaronder marktpartijen) weer over de knelpunten en oplossingen. Het laatste hoofdstuk (**Hoofdstuk 8**) recapituleert de belangrijkste punten en presenteert mogelijke bouwstenen om tot prijstransparantie te komen.

## 2. Prijstransparantie in algemene zin

In dit hoofdstuk gaan we eerst in op het doel van prijstransparantie in algemene zin (en dus nog niet specifiek voor de EV-laadmarkt). Daarna analyseren we de toepassing van (het toezicht op) prijstransparantie in een aantal specifieke sectoren.

### 2.1 Het algemene doel van prijstransparantie

In de eerste paragraaf van dit hoofdstuk bespreken we het doel en de gewenste functie van prijstransparantie in algemene zin. Nadat we het doel hebben vastgesteld gebruiken we die om de (concept)definitie van prijstransparantie voor de markt voor elektrisch vervoer aan te toetsen (zie **Hoofdstuk 3**).

Waarom is prijstransparantie nodig? Er zijn twee hoofdredenen. Ten eerste versterkt prijstransparantie de positie van consumenten. Ten tweede draagt het bij aan een gelijk speelveld voor bedrijven. Beide redenen lichten we hieronder toe.

#### (1) Versterken positie consument

Vanuit het perspectief van de consument zijn correcte prijzen belangrijk bij het maken van aankoopbeslissingen. Prijstransparantie stelt een consument in staat om een weloverwogen keuze te maken tussen verschillende producten en verschillende aanbieders. Ondoorzichtige prijzen hebben negatieve gevolgen voor consumenten en markten (Gu & Wenzel, 2011). Voor consumenten is het moeilijk om prijzen te vergelijken indien prijzen niet transparant zijn. Dit heeft verschillende gevolgen

- Zonder volledige en transparante prijsvermelding kan geen weloverwogen beslissing over een aankoop worden gemaakt. Een consument moet erop kunnen vertrouwen dat het aanbod (hetgeen ze wordt voorgespiegeld) overeenkomt met datgene wat ze krijgen. Dit voorkomt **misleiding**.
- Ondoorzichtige prijzen zorgen voor hogere **zoekkosten**<sup>1</sup> (Garrod, 2008). Omdat het voor de consument lastiger en tijdrovender is om zich te informeren over het aanbod. Hoge zoekkosten zorgen er daarnaast voor dat de consumenten minder prijsgevoelig zijn naarmate ze zich verder in het aankoopproces bevinden (doordat ze dan al veel tijd en geld hebben geïnvesteerd).
- Consumenten gaan in mindere mate prijzen met elkaar **vergelijken** dan in een transparante markt.

Gebrek aan prijstransparantie kan leiden tot frustratie bij elektrisch rijders en hiermee voor negatieve ervaringen met laden. In beginsel geldt: hoe minder transparant de markt is, des te negatiever het beeld over elektrisch laden. Dit kan de transitie naar elektrisch rijden vertragen.

#### (2) Gelijk speelveld

---

<sup>1</sup> Zoekkosten bestaan uit de tijd, energie en kosten besteed door een consument bij het zoeken naar een product om aan te schaffen.



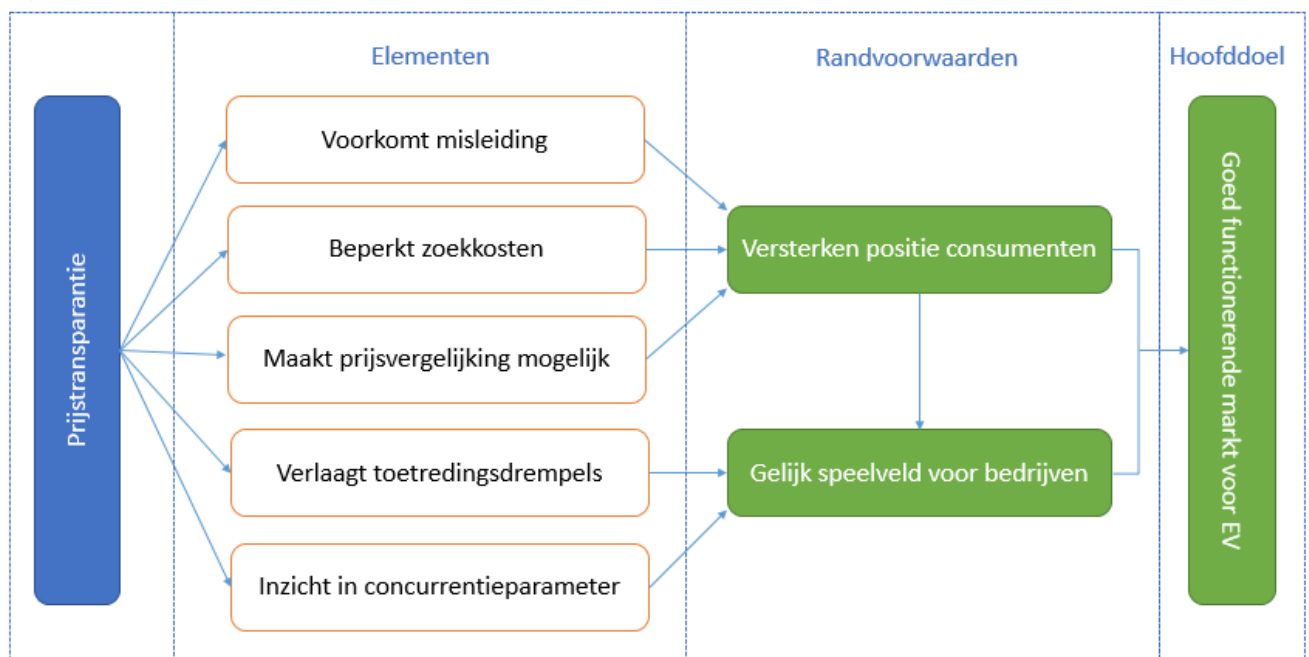
Op een vrije markt met vrije keuzemogelijkheden voor consumenten is het van belang dat bedrijven op een eerlijke manier kunnen concurreren op verschillende elementen en ook zelf prijzen en tarieven kunnen differentiëren (Gu & Wenzel, 2011). Prijstransparantie draagt bij aan een gelijk speelveld voor bedrijven doordat consumenten in een transparante markt de verschillende producten van de verschillende aanbieders beter met elkaar kunnen vergelijken. Dit stimuleert de concurrentie tussen bedrijven doordat consumenten beter geïnformeerd zijn. Dit zorgt voor lagere prijzen en een hogere kwaliteit. Prijstransparantie kan ook toetreding tot de markt door nieuwe spelers bevorderen omdat de opbrengsten van concurrenten en voor zichzelf beter kunnen worden ingeschat (OECD, 2001).

### Hoofddoel

Via een aantal elementen draagt prijstransparantie bij aan (1) het versterken van de positie van consumenten en (2) het creëren van een gelijk speelveld voor bedrijven. Het is belangrijk dat consumenten eerlijke en transparante informatie krijgen waardoor zij zelf kunnen besluiten waar zij hun auto opladen. Keuzevrijheid van consumenten door juiste informatie op het juiste moment en een gelijk speelveld voor bedrijven leidt tot concurrentie. Dit leidt tot een beter functionerende markt waar op kwaliteit en prijs verbeteringen plaatsvinden/of waarde wordt toegevoegd (Schultz, 2009).

Gezamenlijk zijn dit belangrijke randvoorwaarden voor een goed functionerende markt voor elektrisch rijden. In een transparante markt waarin consumenten goed zijn geïnformeerd en bedrijven op gelijke voet met elkaar concurreren ontstaan concurrerende tarieven. Hierdoor worden consumenten optimaal in staat gesteld om weloverwogen afwegingen te maken bij de keuze voor elektrisch rijden. **Figuur 1** geeft dit weer.

**Figuur 1 - Schematisch overzicht doel prijstransparantie (Bron: CE Delft, EVConsult)**



## 2.2 Analyse prijstransparantie

In deze paragraaf voeren we een beknopte marktanalyse uit. Dit doen we in drie stappen. Ten eerste kijken we naar de relevante wet- en regelgeving op het gebied van prijstransparantie. Vervolgens analyseren we het toezicht op de wet- en regelgeving door de ACM, waarbij we handhaving in een aantal specifieke sectoren onderzoeken. Ten slotte stellen we op basis van deze analyse een synthese op, waarin we een overzicht maken van de belangrijkste elementen van markt overstijgende prijstransparantie.

### 2.2.1 Wet- en regelgeving

In deze paragraaf geven we een kort overzicht van de wet- en regelgeving met betrekking tot prijstransparantie. Om ervoor te zorgen dat consumenten goed geïnformeerde keuzes kunnen maken, gelden er wetten voor prijstransparantie. Regelgeving over prijstransparantie valt onder het consumentenrecht.

#### Besluit prijsaanduidingen producten

Het 'Besluit prijsaanduidingen producten'<sup>2</sup> bevat de regels ten aanzien van de prijsaanduiding van producten. In artikel 3, lid 1, van het 'Besluit prijsaanduidingen producten' is vastgelegd dat producten die te koop worden aangeboden, moeten zijn voorzien van een verkoopprijs en een prijs per meeteenheid:

*"Een verkoper biedt een product, dan wel een monster met gebruikmaking waarvan een product wordt aangeboden, voor zover dat product of monster ter plaatse aanwezig is, slechts te koop aan indien het voorzien is van een aanduiding van de verkoopprijs en de prijs per meeteenheid."*

In artikel 4, lid 1, volgt een nadere uitwerking van de manier waarop de prijsaanduiding dient plaats te vinden. Dit artikel stelt dat de verkoopprijs en de prijs per eenheid zich nabij of op het voorwerp bevindt:

*"De aanduiding van de verkoopprijs en de prijs per meeteenheid vindt plaats op, in of nabij het product of het monster, dan wel op de verpakking of op het voorwerp, waarin het zich bevindt. Ten aanzien van elke nabij een product of een monster vermelde verkoopprijs en prijs per meeteenheid blijkt duidelijk op welk product deze aanduiding betrekking heeft."*

Vervolgens worden in artikel 4, lid 2, de aanvullende eisen aan de prijsaanduiding voorgeschreven. De prijsaanduiding moet bevattelijk en ondubbelzinnig zijn en van nabij duidelijk leesbaar. De prijs moet ook een aanduiding van de verkoopenheid bevatten.

#### Wet Oneerlijke handelspraktijken

Afdeling 3A van het Burger Wetboek Boek 6 bevat aanvullende voorschriften over prijsaanduiding. Deze afdeling bevat de wet- en regelgeving over Oneerlijke handelspraktijken, ook wel de wet OHP. Conform artikel 193c, lid 1, is een handelspraktijk misleidend indien feitelijk onjuiste informatie

---

<sup>2</sup> <https://wetten.overheid.nl/BWBR0015104/2018-01-01>

wordt verstrekt die de gemiddelde consument kan misleiden. Dit artikel heeft ook betrekking op prijstransparantie. Een handelspraktijk is misleidend indien de prijs of de wijze waarop de prijs wordt berekend (of het bestaan van een specifiek prijsvoordeel) feitelijk onjuist is of de gemiddelde consument kan misleiden.

Naast het verstrekken van onjuiste informatie is een handelspraktijk ook misleidend indien er sprake is van een misleidende omissie (Burgerlijk Wetboek, Boek 6, Afdeling 3A, artikel 193d, lid1). In artikel 193d, lid 2 en 3, wordt beschreven wanneer sprake is van een misleidende omissie:

*Artikel 193d, lid 2 - "Een misleidende omissie is iedere handelspraktijk waarbij essentiële informatie welke de gemiddelde consument nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen, wordt weggelaten, waardoor de gemiddelde consument een besluit over een overeenkomst neemt of kan nemen, dat hij anders niet had genomen."*

*Artikel 193d, lid 3 - "Van een misleidende omissie is eveneens sprake indien essentiële informatie als bedoeld in lid 2 verborgen wordt gehouden of op onduidelijke, onbegrijpelijke, dubbelzinnige wijze dan wel laat verstrekt wordt, of het commerciële oogmerk, indien dit niet reeds duidelijk uit de context blijkt, niet laat blijken, waardoor de gemiddelde consument een besluit over een overeenkomst neemt of kan nemen, dat hij anders niet had genomen."*

Het niet laten zien van de prijs aan de consument of de prijs op onbegrijpelijke of dubbelzinnige wijze verstrekken kan dus worden gezien als een misleidende omissie en daarmee als een misleidende handelspraktijk. Ten aanzien van de prijs specificereert artikel 193e, sub c, welke informatie als essentieel is aangemerkt:

*"de prijs, inclusief belastingen, of, als het om een product gaat waarvan de prijs redelijkerwijs niet vooraf kan worden berekend, de manier waarop de prijs wordt berekend en, in voorkomend geval, de extra vracht-, leverings- of portokosten of, indien deze kosten redelijkerwijs niet vooraf kunnen worden berekend, het feit dat deze extra kosten moeten worden betaald;"*

### **Europese regelgeving**

In de 'Alternative fuels infrastructure directive'<sup>3</sup> wordt ten aanzien van prijstransparantie bij laadinfrastructuur gesteld dat de prijzen bij oplaadpunten redelijk, vergelijkbaar, transparant en non-discriminatoir dienen te zijn:

---

<sup>3</sup> Richtlijn 2014/94/EU betreffende de uitrol van infrastructuur voor alternatieve brandstoffen.

*"De lidstaten zorgen ervoor dat de prijzen die aangerekend worden door de exploitanten van oplaadpunten redelijk, gemakkelijk en duidelijk te vergelijken, transparant en niet-discriminerend zijn." (artikel 4, lid 10)*

Een richtlijn van de EU legt een bepaald doel vast dat alle EU-landen moeten bereiken. De landen mogen zelf de wetgeving vaststellen om dat doel te bereiken (EU, 2020). In Nederland is de richtlijn vertaald naar nationale wetgeving<sup>4</sup>:

*"Het is verboden oplaad- of tankpunten [...] in de handel te brengen of op de markt aan te bieden anders dan met inachtneming van de bij dit besluit gestelde voorschriften." (artikel 2, lid 1)*

De wet beschrijft daarnaast richtlijnen voor meetinrichtingen zodat data uitwisseling en tarief vergelijkingen mogelijk gemaakt worden.

*"Een publiek toegankelijk oplaadpunt voor elektrische voertuigen is, voor zover dit technisch haalbaar en financieel gezien redelijk is, voorzien van een meetinrichting die zodanig is beveiligd dat een passende bescherming van het dataverkeer en de privacy van eindafnemers wordt geboden [...]"*

*Deze meetinrichting is daarnaast geschikt, om:*

- a. het actuele vermogen in Watt te registreren en weer te geven;*
- b. de actuele meterstand in KWH voor de van het net afgenomen en verbruikte elektriciteit en voor de op het net ingevoede elektriciteit voor de verschillende tariefperiodes te registreren en weer te geven;*
- c. ten minste elk kwartier de gegevens, bedoeld in onderdeel b, te registreren en deze gegevens ten minste dagelijks op afstand met een netbeheerder als bedoeld in artikel 1, eerste lid, onderdeel k, van de Elektriciteitswet 1998 uit te wisselen op zodanige wijze dat de netbeheerder de uitgewisselde gegevens kan lezen en gebruiken; en*
- d. informatie over de werkelijke tijd van het verbruik te verschaffen." (artikel 3, lid 1)*

*"In geval van een meetinrichting als bedoeld in het eerste lid, verstrekt een leverancier als bedoeld in artikel 1, eerste lid, onderdeel f, van de Elektriciteitswet 1998 op verzoek van de eigenaar of exploitant van een publiek toegankelijk oplaadpunt of van een derde partij die namens deze eigenaar of exploitant optreedt, meetgegevens inzake de input en output van elektriciteit, in een gemakkelijk te begrijpen vorm die vergelijking van aanbiedingen op basis van gelijke criteria mogelijk maakt." (artikel 3, lid 2)*

---

<sup>4</sup> Staatsblad van het Koninkrijk der Nederlanden (2017). 204 Besluit van 26 april 2017, houdende regels in verband met de implementatie van richtlijn 2014/94/EU betreffende de uitrol van infrastructuur voor alternatieve brandstoffen (Besluit infrastructuur alternatieve brandstoffen).

Bovendien staat er in de wet dat het verplicht is om publiek toegankelijke laadpalen ad-hoc betalingen aan te bieden:

*"Een publiek toegankelijk oplaadpunt biedt gebruikers van elektrische voertuigen een ad-hoc oplaaddienst, waarbij geen contract hoeft te worden gesloten met een elektriciteitsleverancier of exploitant van het oplaadpunt." (artikel 4, lid 1)*

Ook in Duitsland heeft deze richtlijn geleid tot specifieke nationale wetgeving<sup>5</sup>. Duitse regelgeving specificeert de technische details waar publieke laadpalen aan moet voldoen en hoe de betaling moet worden geregeld. Het verplicht de mogelijkheid voor ad hoc betaling en gecertificeerde meting van snellaadstations. Dit om ervoor te zorgen dat consumenten de juiste hoeveelheid gefactureerd krijgen.

### **Samenvatting**

Samengevat is het dus een wettelijk vereiste dat een consument wordt geïnformeerd over de prijs van een product of dienst. De prijs moet ook aangeven op welke hoeveelheid deze betrekking heeft. De prijs moet bekend zijn op het moment van aankoop van de dienst of product en moet makkelijk vindbaar, begrijpelijk en ondubbelzinnig zijn.

Concreet houdt dit in dat de prijzen die aangerekend worden door laadpaalexploitanten redelijk, gemakkelijk, duidelijk te vergelijken en transparant dienen te zijn. Daarnaast moeten leveranciers van elektriciteit op verzoek van de eigenaar, exploitant van een publiek toegankelijk oplaadpunt of van een derde partij, meetgegevens inzake de input en output van elektriciteit aanleveren in een gemakkelijk te begrijpen vorm. Dit om ervoor te zorgen dat vergelijking van aanbiedingen op basis van gelijke criteria mogelijk is. Ten slotte moet ieder publiek toegankelijke laadpaal een ad-hoc oplaaddienst aanbieden.

### **2.2.2 Toezicht op specifieke sectoren**

In deze paragraaf analyseren we het toezicht van de ACM op prijstransparantie in verschillende sectoren. We maken hierbij gebruik van openbare informatie. We geven een overzicht van belangrijke elementen met betrekking tot prijstransparantie in deze sectoren. We sluiten af met een synthese waar we een totaalbeeld uit de sectoranalyses destilleren.

#### **Reisbranche**

Prijstransparantie in de reisbranche is een aandachtsgebied van de ACM. Voor vliegtickets en andere vakantieproducten blijkt dat de dienst niet altijd is af te nemen tegen de prijs waarmee wordt geadverteerd. De ACM heeft verschillende signalen gekregen van tekortschietende transparantie in de reisbranche (recreatie, toerisme, horeca).

In 2013 heeft de ACM een document opgesteld met uitgangspunten over hoe de regels ten aanzien van prijstransparantie moeten worden toegepast in de reisbranche. Onder een transparant aanbod

---

<sup>5</sup> <https://www.nklnederland.com/news/overview-price-transparency-in-eu/>

verstaat de ACM dat tijdig duidelijk dient te zijn wat er in het aanbod is inbegrepen en dat de prijs volledig en transparant is. Daarnaast moeten zaken waar aanvullend voor kan worden gekozen en de prijs hiervan, aan het begin van het boekingsproces duidelijk inzichtelijk worden gemaakt. In de handreiking worden vijf aandachtspunten genoemd:

1. De prijs zoals weergegeven in de advertentie is de prijs waarvoor het aanbod geboekt kan worden
2. Alle vaste onvermijdbare kosten zijn in de advertentieprijs inbegrepen
3. Alle variabele onvermijdbare kosten worden direct bij de advertentieprijs op transparante wijze weergegeven alsmede de hoogte ervan
4. Optionele elementen worden op duidelijke en transparante wijze aan het begin van elk boekingsproces medegedeeld
5. Optionele elementen worden niet vooraf aangevinkt

Ten aanzien van het begrip onvermijdbare kosten geeft de ACM de volgende verduidelijkingen:

- De prijs moet alle onvermijdbare kosten bevatten.
- Onvermijdbare kosten zijn alle kosten die verbonden zijn met het aanbod en waar de consument niet omheen kan.
- Vaste onvermijdbare kosten moeten bij de advertentieprijs zijn inbegrepen.
- Variabele onvermijdbare kosten moeten duidelijk bij de prijs worden weergegeven (welke kosten dit zijn, hoe hoog deze zijn of hoe deze kunnen worden berekend).
- Boekingskosten, reserveringskosten, administratiekosten, transactiekosten e.d. zijn doorgaans onvermijdbaar. Deze moeten bij de prijs zijn inbegrepen of in één oogopslag zichtbaar zijn.

Ten aanzien van vermijdbare kosten worden de volgende uitgangspunten beschreven:

- Vermijdbare kosten hoeven niet direct in de prijs te worden opgenomen.
- Vermijdbare kosten moeten ook daadwerkelijk vermijdbaar zijn. Het is een reële mogelijkheid om deze kosten te vermijden en hier wordt in de praktijk ook door een substantieel deel van de consumenten gebruik van gemaakt.
- De aanbieder moet duidelijk maken welke elementen wel optioneel zijn en welke niet en welke wel bij de prijs zijn inbegrepen en welke niet (bijvoorbeeld in of exclusief ruimbagage).
- De kosten van optionele elementen moeten vanaf de start van het boekingsproces duidelijk zijn.

In 2019 heeft de ACM opnieuw prijstransparantie in de reisbranche onder de aandacht gebracht. De ACM heeft een brief verstuurd naar bedrijven in de recreatie, het toerisme en de horeca. Hierin benadrukt de ACM dat de reisbranche transparante prijzen dien te hanteren, waarbij vaste onvermijdbare kosten (zoals toeristenbelasting, boekings- of reserveringskosten) al in de advertentiepreizen zijn opgenomen. Ook moeten beperkende voorwaarden worden vermeld.

## Telecom

De ACM heeft vier telecomaanbieders beboet voor onduidelijk websites. Er was sprake van onjuiste en onvolledige informatie over hun aanbod op de websites van de aanbieders. De ACM benadrukt in deze besluiten dat consumenten juiste en volledige informatie moeten kunnen vinden over het

aanbod. Dit is van belang voor consumenten om verschillende abonnementen te kunnen vergelijken en het best passende abonnement te kunnen kiezen. De ACM kreeg meldingen binnen van consumenten die werden geconfronteerd met onverwachte kosten en hoge rekeningen. De prijs en kenmerken van een abonnement zijn de belangrijke factoren op basis waarvan consumenten een aankoopbeslissing maken.

De ACM heeft een document opgesteld met uitgangspunten over hoe de regels ten aanzien van prijstransparantie moeten worden toegepast in de telecomsector. Volgens de ACM is er sprake van transparante aanbiedingen indien consumenten een geïnformeerde keuze kunnen maken om wel of niet in te gaan op een bepaalde aanbieding. In de handreiking worden zes algemene uitgangspunten genoemd:

1. De consument moet direct weten hoe duur de aanbieding is
2. De consument moet direct weten welke inhoud (dienst/product) de aanbieding heeft
3. De consument moet ergens aanvullende informatie over de aanbieding krijgen
4. De consument moet ergens informatie over zijn herroepingsecht krijgen
5. De consument moet snel en effectief contact met de aanbieder kunnen hebben
6. De consument moet bepaalde informatie duidelijk en begrijpelijk kunnen vinden

Ten aanzien van de prijstransparantie wordt hierin een aantal zaken gespecificeerd. Bij een aanbod moet direct zichtbaar zijn:

- De totale maandelijkse kosten voor het abonnement en het toestel
- Onvermijdbare eenmalige kosten (zoals aansluitkosten of eenmalige bijbetaling voor het toestel.
- De contractperiode van het abonnement
- Inhoud van het abonnement (aantal minuten, sms, data, type netwerk, type toestel)
- Kortingsopties mogen niet standaard aangevinkt zijn

Naast de informatie die direct zichtbaar moet zijn, moet een consument ook de volgende informatie over de aanbieding kunnen krijgen:

- Tariefeenheid (€/minuut, sms en MB).
- Tarieven voor bellen, sms en data buiten bundel. Tarieven voor roaming, bellen naar bepaalde telefoonnummers etc.
- Download- en uploadsnelheid en netwerkdekking.

### **Autoprijzen**

Ook in de autobranche heeft de ACM opgetreden tegen tekortkomingen op het gebied van prijstransparantie. De ACM constateerde dat een consument eigenlijk altijd meer betaalt dan de prijs in de advertentie. Dit had betrekking op de autorijlaarkosten die bovenop de adviesprijs ook aan de consument in rekening werden gebracht. Autorijlaarkosten zijn onvermijdbare kosten die een consument altijd maakt voordat de auto meegenomen kan worden.

De ACM onderstreept dat het uitgangspunt is dat een consument de auto mee naar huis moet kunnen nemen voor de prijs die in de advertentie staat. Dit geldt ook voor andere vervoersmiddelen.

Uit onderzoek van de ACM bleek dat het vaak niet duidelijk was of de prijs alle verplichte kosten bevat en wat de consument precies voor een bepaalde prijs kreeg.

De ACM heeft verkopers van tweedehandsauto's opgedragen om aan de volgende eisen te voldoen:

- Prijzen in advertenties zijn inclusief alle onvermijdbare kosten. In deze prijs moet een geldige APK en tenaamstelling van de auto zijn inbegrepen. Als de verkoper bijvoorbeeld de koper verplicht om een onderhoudsbeurt of garantie af te nemen, dan moeten de kosten hiervan bij de prijs zijn inbegrepen.
- Maak duidelijk of extra kostenposten al in de advertentieprijs zijn opgenomen of dat deze optioneel zijn.
- Correcte en volledige informatie over garantie opnemen.

Ook bij de verkoop van autobanden werden door de ACM-fouten geconstateerd. Prijzen werden vermeld zonder verplichte kosten. Ook de prijzen van autobanden moeten worden vermeld inclusief onvermijdbare kosten (zoals de verwijderingsbijdrage). Als de montage verplicht is, moet de prijs worden vermeld inclusief montagekosten.

### 2.2.3 Synthese

In deze paragraaf bundelen we de inzichten die we hebben vergaard uit de beschouwing van wet- en regelgeving en de sectoranalyse. Op basis hiervan stellen we de belangrijkste elementen van prijstransparantie vast.

De wet schrijft voor dat de prijs van een product of dienst bekend moet zijn op het moment van aankoop door een consument. Deze prijs moet bovendien makkelijk vindbaar, begrijpelijk en ondubbelzinnig zijn. Uit de sectoranalyse volgt dat er een relevant onderscheid valt te maken in drie verschillende kostencomponenten:

- Onvermijdbare vaste kosten
- Onvermijdbare variabele kosten
- Vermijdbare kosten

Een consument moet een product kunnen kopen voor de prijs die de verkoper als eerste laat zien. Hier mogen geen verplichte kosten bijkomen. Alle onvermijdbare kosten moeten dus zichtbaar zijn.

#### Vaste onvermijdbare kosten

Dit betekent dat alle vast onvermijdbare kosten al in de aanbiedingsprijs moeten zitten. De verkoper mag deze kosten niet later (tijdens de boeking of aankoop) nog aan de prijs toevoegen. Een consument moet voorafgaand aan de aankoop weten wat hij/zij ten minste betaalt en waarvoor hij dit betaalt.

#### Variabele onvermijdbare kosten

Voor de variabele onvermijdbare kosten geldt dat deze duidelijk bij de prijs moeten worden weergegeven. In één oogopslag moet duidelijk worden welke kosten dit zijn, hoe hoog deze zijn of hoe deze kunnen worden berekend.



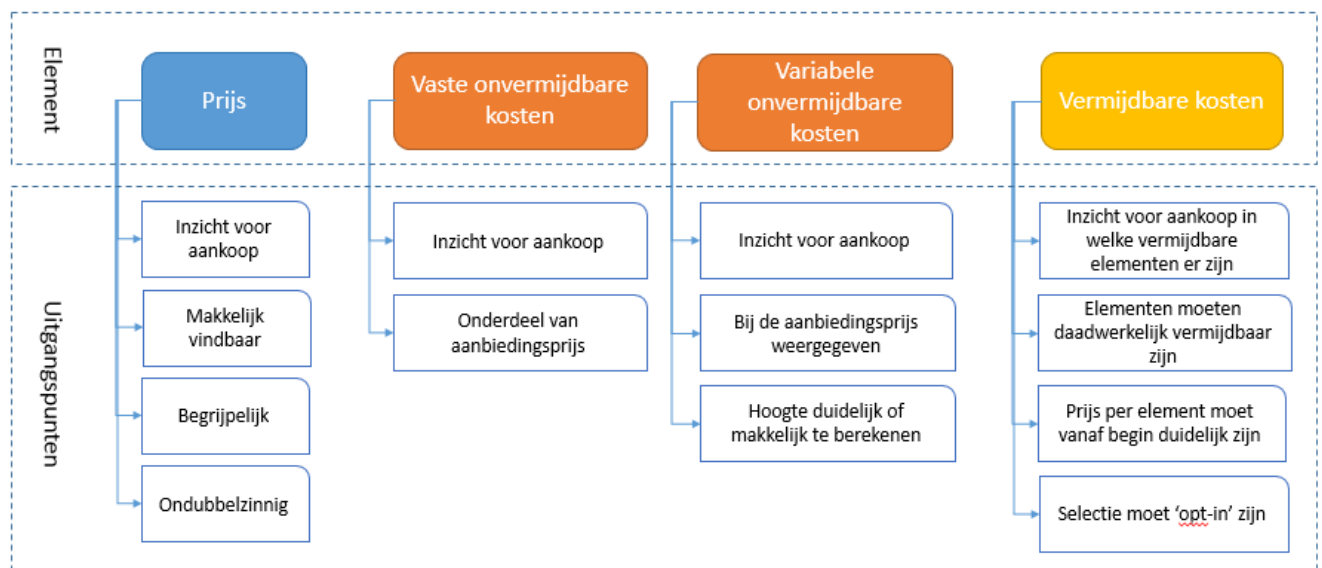
## Vermijdbare kosten

Ten aanzien van de vermijdbare kosten geldt dat deze ook daadwerkelijk en in de praktijk vermijdbaar moeten zijn. Bij het aanbod van product of dienst moet duidelijk zijn welke vermijdbare elementen er zijn en of deze wel of niet bij de prijs zijn inbegrepen. Vermijdbare kosten mogen bovendien alleen als 'opt-in' worden aangeboden. Dit betekent dat de aanbieder geen vooraf-aangevinkte vermijdbare kosten mag voorstellen. De consument moet actief en bewust zélf kunnen aangeven van welke elementen hij gebruik wil maken. Ook moeten de kosten van de vermijdbare elementen vanaf het begin van de aankoop van product of dienst voor de consument duidelijk zijn.

## Overzicht

Onderstaande figuur geeft een overzicht van de belangrijkste eisen voor prijstransparantie

**Figuur 2 – Overzicht uitgangspunten prijstransparantie (Bron: CE Delft, EVConsult)**



### 3. Beschrijving huidige situatie EV-sector

In dit hoofdstuk beschrijven we de huidige situatie van prijstransparantie voor elektrisch vervoer (EV). We kijken hiervoor naar overeenkomsten in de markt zoals concessie- en dienstverleningsovereenkomsten en de Code of Conduct van eViolin. We brengen in kaart op welke manier op dit moment inzicht aan consumenten wordt gegeven in de prijs op de markt voor het laden van EV. Daarbij kijken we naar

- het moment van inzicht (vooraf, tijdens, na);
- inzicht in prijs- en kostencomponenten, en;
- wijze van weergeven.

**eViolin** is een onafhankelijke branchevereniging van laadpaalexploitanten en laaddienstverleners. eViolin streeft nationale roaming na met internationale aansluiting, met behulp van open standaarden.

#### 3.1 Prijstransparantie in de EV-sector

Uit consumentenonderzoek blijkt dat het voor EV-rijders vooraf vaak onduidelijk is wat een laadbeurt precies gaat kosten (ECISS, 2020). TNO en Innopay deden in 2010 al een studie naar het complexe marktmodel van elektrisch laden. Uit het onderzoek bleek dat er twee primaire marktpartijen zijn: de laadpaalexploitanten (ook wel CPO) en laaddienstverleners (ook wel MSP) (TNO & Innopay, 2010). De laadpaalexploitanten rekenen een tarief voor het leveren van stroom en het beheer van de laadpaal. Laaddienstverleners bieden de mogelijkheid om gemakkelijk laadsessies te starten met een pasje, token of app middels een abonnement. Beide partijen beïnvloeden de prijs die de consument betaald (ECISS, 2020).

In februari 2020 heeft Kassa, het consumentenplatform van BNNVARA, een aflevering over de onduidelijke tarieven bij laadpunten uitgezonden. In de uitzending belichten ze het feit dat consumenten bij publieke laadpalen vooraf geen idee hebben van de totale kosten van een laadsessie.<sup>6</sup> De kosten zijn afhankelijk van meerdere factoren. Onder andere van welke laadpas de consument heeft, het tijdstip van laden, de laadpaal, gemeente of regio waar geladen wordt en of er sprake is van een abonnement. Ook kunnen er extra kosten bovenop komen zoals een starttarief, opslagtariaf of boetetariaf. Al deze factoren hebben invloed op de prijs. Bovendien ontvangt de consument de factuur met de totale kosten pas aan het einde van de maand.

#### Nationale Agenda

**Laadinfrastructuur (NAL)** is een breed gedragen meerjarige beleidsagenda met de ambities en acties voor laadinfrastructuur in Nederland.

Naar aanleiding van de Kassa-uitzending zijn er Kamervragen over de onduidelijke tarieven bij laadpalen gesteld en behandeld. In de Kamerbrief benadrukt de Minister voor Milieu en Wonen<sup>7</sup> het belang van prijstransparantie voor de verdere groei van elektrisch rijden (Van Veldhoven-van der Meer, 2020). In het kader van de Nationale Agenda Laadinfrastructuur (NAL) zijn er eind 2019 afspraken gemaakt over prijstransparantie met

<sup>6</sup> <https://www.bnnvara.nl/kassa/artikelen/onduidelijke-tarieven-bij-laadpalen-voor-elektrische-autos>

<sup>7</sup> Op het moment van schrijven Minister en inmiddels Staatssecretaris.

brancheverenigingen<sup>8</sup>. Als gevolg van die afspraken heeft eViolin eind 2019 een (in hun woorden) nieuwe 'minimale set van afspraken' (*Code of Conduct*) aangenomen.<sup>9</sup> In de Code of Conduct staan afspraken over onderlinge verantwoordelijkheden en data-uitwisseling. Alle laaddienstverleners en laadexploitanten die lid zijn van eViolin moeten aan deze regels voldoen.<sup>10</sup> **Tabel 1** geeft een overzicht van de afspraken met betrekking tot prijstransparantie.

Verantwoordelijk	Afspraak
<b>Laadpaalexploitant</b>	De laadpaalexploitant is verantwoordelijk om het tarief van Ad Hoc laden (laden zonder voorregistratie of contract) te tonen bij het laadpunt en op een zodanige wijze dat deze door de EV-rijder eenvoudig te vinden en achterhalen is. Dit kan ook via een app of website. De laadpaalexploitant is in dit geval tevens verantwoordelijk voor de correcte transactie-informatie naar de EV-rijder.
<b>Laaddienstverlener</b>	De laaddienstverlener is verantwoordelijk voor het vooraf informeren van de consument over het tarief van laden bij een laadpunt wanneer gebruik gemaakt wordt van een abonnement en/of token van de laaddienstverlener. Dit is het tarief dat de laaddienstverlener in rekening brengt bij de EV-rijder.
<b>Beiden</b>	Alle tarieven richting een EV-rijder moeten begrijpelijk zijn en zonder verborgen kosten.

**Tabel 1: Afspraken Code of Conduct**

Als aanvulling op de Code of Conduct hebben *LaadpasTop10* en de *Vereniging Elektrische Rijders* (VER) een voorstel gedaan voor transparante laadtarieven.<sup>11</sup> In het voorstel staat dat de Code of Conduct nog niet door alle partijen is uitgevoerd. Bovendien zijn niet alle laaddienstverleners lid van eViolin. Om laadtarieven eenvoudig inzichtelijk te maken voor de consument stellen ze de volgende voorwaarden aan laaddienstverleners en laadpaalexploitanten:

- Communiceer het basistarief (voor ad-hoc laden) op het laadpunt in kwestie in eurocenten per kWh plus eventuele toeslagen zoals een starttarief of parkeertarief.
- Geef duidelijkheid over kosten voorafgaand aan iedere laadsessie. Dit is tevens wettelijk verplicht.
- Transparante rekeningen voor consumenten waarbij per laadsessie zichtbaar is hoe het laadtarief is opgebouwd.
- Disclaimer op de laadpaal dat het basistarief niet door alle laadpassen wordt gerekend.

### 3.2 Varianten van inzicht in prijscategorieën

In deze alinea worden de varianten van inzicht in prijs gecategoriseerd naar moment van inzicht (vooraf, tijdens, na), inzicht in prijs- en kostencomponenten, en wijze van weergeven.

<sup>8</sup> <https://www.klimaatakkoord.nl/binaries/klimaatakkoord/documenten/publicaties/2019/06/28/achtergrondnotitie-mobiliteit-laadinfrastructuur/Nationale+Agenda+Laadinfrastructuur.pdf>

<sup>9</sup> <http://www.eviolin.nl/nieuws/>

<sup>10</sup> [http://www.eviolin.nl/wp-content/uploads/2019/11/Code-of-Conduct--minimale-set-afspraken-EVIOLIN\\_3\\_1-incl-signing-request.pdf](http://www.eviolin.nl/wp-content/uploads/2019/11/Code-of-Conduct--minimale-set-afspraken-EVIOLIN_3_1-incl-signing-request.pdf)

<sup>11</sup> <https://www.evridders.nl/2020/02/15/ver-en-laadpastop10-helder-voorstel-voor-duidelijke-laadtarieven/>

### 3.2.1 Prijstaxonomie

Er zijn verschillende interpretaties van tarieven, prijzen en kosten van een laadsessie. Om verwarring te voorkomen hebben onderzoekers van het ECISS-project een prijstaxonomie opgesteld (ECISS, 2020). Wolbertus & van der Ploeg hebben daarnaast onderzocht wanneer de consument inzicht heeft in de daadwerkelijke kosten van een laadsessie (Wolbertus & van der Ploeg, 2020). De inzichten van beide onderzoeken zijn in **tabel 2** samengevoegd.

	Definitie	Voorbeeld	Inzicht
<b>Tarief</b>	De formule met parameters om de kosten van een toekomstige laadsessie te kunnen berekenen.	Het overzicht van potentiële kosten op specifieke tijdstippen, laadsnelheden en van aanvullende diensten.	Vooraf
<b>Prijs</b>	De waarde die toegekend wordt aan iedere parameter in het tarief. Dit is afhankelijk van contextuele factoren.	De daadwerkelijke prijs die de consument betaald per kWh of per tijdseenheid.	Achteraf
<b>Kosten</b>	De som aan kosten die de consument uiteindelijk betaalt voor een afgeronde laadsessie, gebaseerd op het tariefschema.	De totale kosten die de consument na een laadsessie betaalt.	Achteraf

**Tabel 2: Prijstaxonomie en moment van inzicht**

### 3.2.2 Prijscomponenten

De daadwerkelijke kosten die de consument voor een laadsessie betaalt hangt af van de laadpaalprijs en de laaddienstprijs. De prijzen die de laadpaalexploitant voor de laadpaal en de laaddienstverlener voor de aanvullende diensten rekent, zijn niet alleen afhankelijk van de hoeveelheid geladen energie. Uit internationaal marktonderzoek blijkt dat de laadpaal- en laaddienstprijs bestaan uit verschillende prijscomponenten (Wolbertus & van der Ploeg, 2020).

#### Laadpaalprijs

Voor het leveren van energie en het plaatsen, beheren en onderhouden van laadpalen rekenen laadpaalexploitanten een bepaalde prijs: de laadpaalprijs. De laadpaalprijs bestaat uit de prijs per kWh en/of een toeslag per uur laden, een eventuele toeslag per sessie en/of een abonnement.

Het grootste deel van de openbare reguliere AC-infrastructuur (60-80%) is tot stand gekomen via een aanbesteding van een concessie of opdracht en bevat vaste kWh-tarieven voor ad-hoc tarieven (de prijs die de consument rechtstreeks aan de CPO betaalt voor laden) en groothandelsprijzen (de B2B prijs die de CPO maximaal mag doorbelasten aan laaddienstverleners). In andere gevallen kunnen laadpaalexploitanten zelf bepalen wat voor een prijsmodel ze hanteren en combineren vaak een of twee prijscomponenten (Wolbertus & van der Ploeg, 2020). Sommige laadpaalexploitanten hebben tijdsgebonden connectietarieven in plaats van kosten per kWh. Anderen rekenen een tarief per sessie en een prijs per kWh of een tarief per uur en per kWh. De prijsmodellen kunnen sterk verschillen per laadpaalexploitant, maar in bijna alle gevallen wordt er met kWh tarieven gewerkt. Bovendien zijn er ook veel voorbeelden van laadpunten waar gratis geladen kan worden (o.a. bij de Lidl).

Daarnaast kan de prijs per kWh of toeslag per uur op verschillende manieren worden beïnvloed:

- Gedurende de dag op vaste tijdstippen (sommige aanbieders hanteren piek- en dal tarieven).
- Gedurende de dag afhankelijk van omstandigheden (e.g. fluctuerende energieprijs en belasting van het net).
- De laadsnelheid van het laadpunt, indien er verschillende opties zijn.

Naast het moment van laden, de specifieke omstandigheden en de laadsnelheid heeft ook de locatie van laden invloed op de laadpaalprijs. Als eigenaar van grond kunnen gemeenten en regio's bepaalde eisen stellen aan de laadpaalexploitant. Gemeenten en regio's kunnen kiezen voor verschillende marktbenaderingsmodellen om openbaar laden in hun gemeente mogelijk te maken. De meest voorkomende modellen zijn het opdrachtmodel, het concessiemodel en het vergunningenmodel. Bij het opdrachtmodel en het concessiemodel doen de gemeenten een aanbesteding waarbij ze eisen aan laadpaalexploitanten kunnen opleggen m.b.t. prijsstelling, betaalmethode, interoperabiliteit en prijstransparantie. Vooral grote en middelgrote gemeenten maken gebruik van het opdracht- en concessiemodel. Gemeenten kunnen ook kiezen voor het vergunningenmodel. Dit betekent dat de gemeente vergunningen verleent aan marktpartijen om een laadpaal te plaatsen. De gemeente hoeft geen aanbestedingsprocedure te doorlopen en heeft minder controle op de prijsstelling, het plaatsen, beheer en onderhoud van de laadpaal.

**Figuur 3: Prijscomponenten en factoren van invloed op de laadpaalprijs**



### Laaddienstprijs

Laaddienstverleners bieden consumenten de mogelijkheid om via een abonnement te laden. Het abonnement verschilt per laaddienstverlener maar over het algemeen krijgen consumenten een pasje, token of app waarmee ze gemakkelijk toegang hebben tot verschillende laadpaalnetwerken. Het prijsmodel verschilt per laaddienstverlener en bestaat tevens uit verschillende componenten:

- Laadpaalprijs
- Maandelijkse abonnement
- kWh prijs
- Prijs per uur
- Prijs per sessie

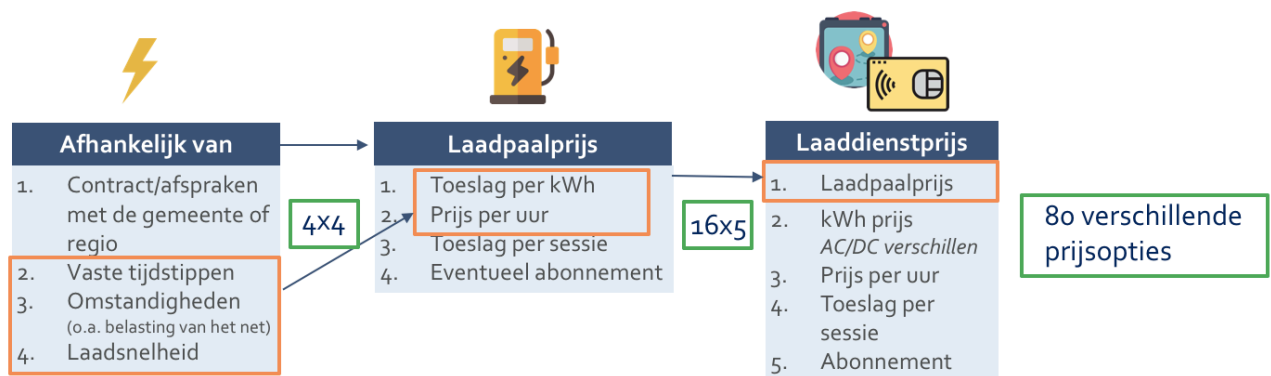
De laaddienstprijs van MSP's hangt af van de prijscomponenten die de laaddienstverlener in rekening brengt. Voorbeelden van prijsmodellen van laaddienstverleners zijn: een vast bedrag per maand voor onbeperkt laden, een standaard kWh-tarief voor elke laadsessie of een opslag op het kWh-tarief van de laadpaalexploitant. In **tabel 3** worden een aantal voorbeelden uit de markt weergegeven.

Laaddienstverlener	Prijscomponenten	Notities
CenEnergy	Laadpaalprijs	
VandeBron	Laadpaalprijs + abonnement	
NewMotion	Laadpaalprijs + per sessie	
Total Vroaming	Per kWh + abonnement	Vaste kWh prijs voor alle laadpalen, met mogelijkheid voor abonnement
Tiwag	Per kWh AC/DC <sup>22</sup>	Vaste kWh prijs, verschilt voor AC en DC
Vattenfall	Per kWh + afspraak laadpaalexploitant	Voornamelijk vaste kWh prijs + mogelijk speciale overeenkomst met laadpaalexploitant

**Tabel 3: voorbeeld verschillende laaddienstrijzen in de markt**

De combinatie van de verschillende prijscomponenten leidt tot een hoge variëteit in prijsmodellen en een onduidelijke kostenstructuur voor consumenten (Wolbertus & van der Ploeg, 2020). Een complexe kostenstructuur leidt niet direct tot intransparante prijzen maar maakt het wel lastig voor consumenten om prijzen te vergelijken. **Figuur 4** geeft een overzicht van alle prijscomponenten.

**Figuur 4: Prijscomponenten laaddienstprijs en laadpaalprijs**



### 3.3 Beschrijving van betaal- en verrekening methoden

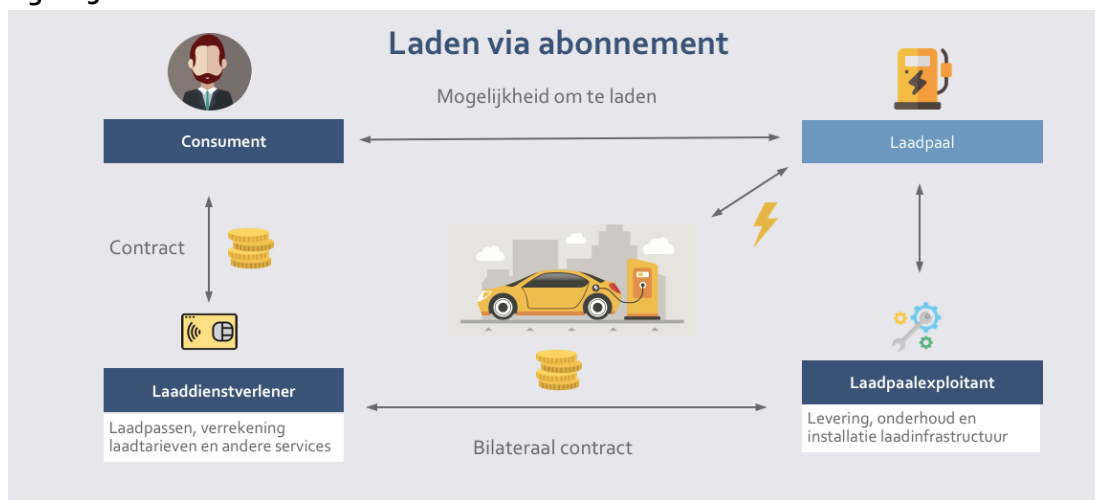
In deze paragraaf wordt de huidige situatie voor betaal- en verrekening methoden in de EV-markt beschreven. Daarbij wordt er specifiek ingegaan op ad-hoc betalen en laden via abonnement en wordt de rol van de verschillende stakeholders beschreven. Ten slotte wordt de huidige situatie voor betaal- en verrekening methoden aan de huidige situatie voor prijstransparantie op de markt voor EV gerelateerd.

<sup>22</sup> AC is wisselstroom en DC is gelijkstroom. Reguliere laadstations leveren AC terwijl snellaadstations DC leveren.

### 3.3.1 Laden via abonnement

In Nederland laden vrijwel alle consumenten via een abonnement of inschrijving (ECISS,2020). Consumenten sluiten een abonnement af of schrijven zich in bij een laaddienstverlener. Hierbij krijgen ze toegang tot verschillende laadpaalnetwerken, dit wordt ook wel interoperabiliteit of roaming genoemd. De invulling van het abonnement verschilt per laaddienstverlener maar veel aanbieders bieden een pasje, token of app aan, inzicht in welke laadpalen beschikbaar zijn en de optie om per factuur te betalen. De consument heeft een contract met- en betaalt de laaddienstverlener (zie *figuur 5*).

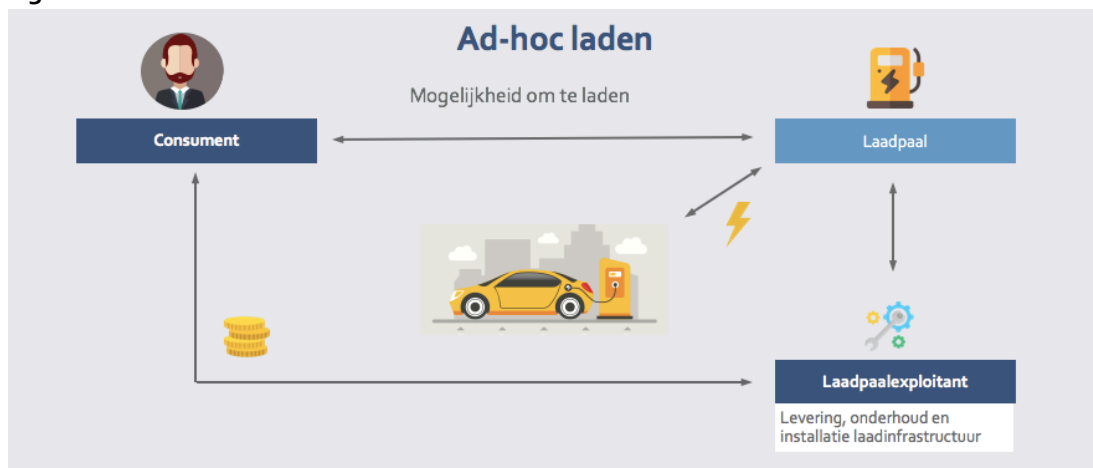
**Figuur 5: Laden via abonnement**



### 3.3.2 Ad-hoc laden en betalen

Consumenten hoeven geen gebruik te maken van een laaddienstverlener. Ze kunnen ook kiezen voor 'ad-hoc' laden. Daarbij wordt een laadsessie rechtstreeks aan de laadpaalexploitant betaald, zonder tussenkomst van een laaddienstverlener (zie *figuur 6*). Bij elk publiek laadpunt dient een ad-hoc betaaloptie te zijn (ECISS, 2020). Dit kan bijvoorbeeld door een QR-code op de paal die de consument naar een betaalwebsite doorstuurt. eViolin heeft toegezegd dat alle laadpaalexploitanten voor 1 juni 2020 een ad-hoc betaaloptie bieden op alle publieke toegankelijke palen en een manier om het ad-hoc tarief te raadplegen (Van Veldhoven-van der Meer, 2020). Begin juni 2020 bleek echter dat een ad-hoc betaaloptie nog niet op alle publieke toegankelijke palen beschikbaar was.

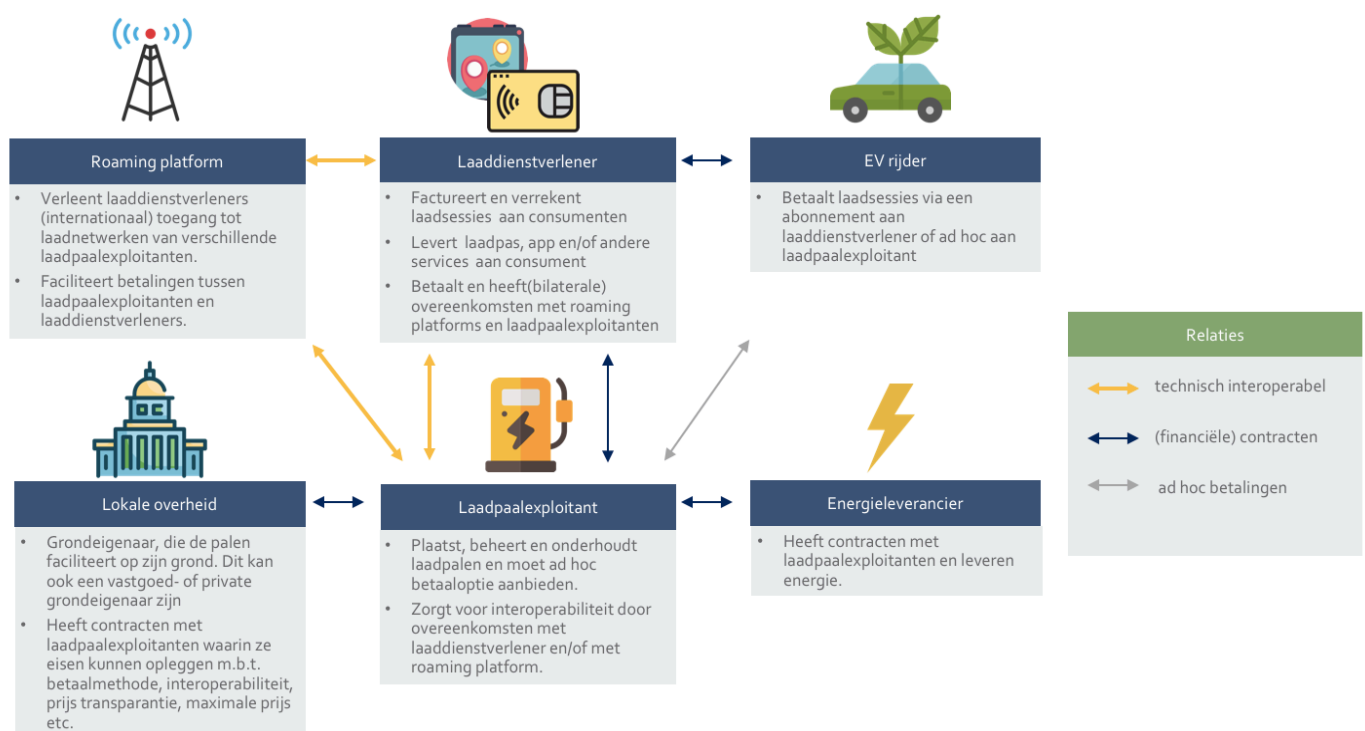
**Figuur 6: Ad-Hoc laden**



### 3.4 Rol en relaties van belangrijkste stakeholders

In de EV-sector zijn verschillende partijen en factoren van invloed op de prijs die de consument betaalt bij een publieke laadpaal (ECISS, 2020; Wolbertus & van der Ploeg, 2020). In **figuur 7** staan de belangrijkste spelers die invloed hebben op de prijzen in de EV-sector beschreven.

**Figuur 7: Rol en relaties tussen belangrijkste marktpartijen in de EV-sector inzake prijstransparantie**



Elektrisch laden is een commerciële open-markt waar alle stakeholders samen moeten werken om consumenten succesvol in hun laadbehoefte te voorzien. Om ervoor te zorgen dat de consument over de meest actuele laadpaalinformatie beschikt (o.a. locatie, beschikbaarheid en prijzen) moet er complete informatie-uitwisseling tussen stakeholders zijn. Bovendien is transparantie noodzakelijk om een gelijk speelveld te waarborgen.



Protocollen en interfaces moeten open zijn zodat nieuwe partijen gemakkelijk tot de markt kunnen toetreden. De Open Charge Point Interface (OCPI) standaard maakt een uniforme informatie-uitwisseling mogelijk tussen laadpaalexploitanten en derden (ECISS, 2020). De standaard zorgt ervoor dat technische data van verschillende stakeholders real-time met elkaar gedeeld kan worden (technische interoperabiliteit). In tegenstelling tot deze multilaterale technische relatie, zijn alle contractuele/financiële relaties bilateraal (zie *figuur 7*). In lijn met de Mededingingswet mogen laadpaalexploitanten geen multilaterale prijsafspraken hebben. Ze hebben 1 op 1 contracten met laaddienstverleners. Het gevolg hiervan is een heel scala aan bilaterale prijsafspraken die niet transparant zijn voor de consument of andere partijen. Dit kan resulteren in verschillende prijzen per laadpas, wat bij een homogeen product als elektriciteit verwarrend kan zijn voor consumenten.

Laaddienstverleners en laadpaalexploitanten hebben allebei invloed op de kosten die de consument betaalt voor een laadsessie en/of abonnement. Beide partijen hanteren verschillende prijsmodellen en zijn niet alleen afhankelijk van elkaar maar ook van andere partijen en omstandigheden. Laaddienstverleners krijgen bovendien niet altijd de precieze laadpaalprijzen van de laadpaalexploitant, waardoor het moeilijk kan zijn om de precieze prijsopbouw en duidelijke tarieven naar de consument door te communiceren (ECISS, 2020). Hierdoor is het voor consumenten in veel gevallen onduidelijk wat ze precies aan wie betalen voor een laadsessie.

## 4. Definitie prijstransparantie laadpalen

In dit hoofdstuk stellen we op basis van de algemene analyse van prijstransparantie (*Hoofdstuk 2*) en de markt voor elektrisch vervoer (*Hoofdstuk 3*) een definitie van prijstransparantie voor de markt voor het laden van EV op. Deze definitie geeft aan welke mate van prijstransparantie noodzakelijk is op de markt voor het laden van EV.

### 4.1 Uitgangspunten prijstransparantie laadpalen

In deze paragraaf bespreken we eerst het standpunt van de toezichthouder (ACM) en de beleidsmaker over prijstransparantie voor oplaadpunten.

#### 4.1.1 Autoriteit Consument en Markt (ACM)

In 2018 heeft een gesprek plaatsgevonden tussen ACM en eViolin over de toepassing van regels voor prijstransparantie op de markt voor elektrisch laden. Er is een samenvatting gemaakt van de belangrijkste verwachtingen van ACM omtrent prijstransparantie. Hieruit volgen een aantal uitgangspunten:

- Voorafgaand aan de transactie moet de prijs van het laden bekend zijn. Dit geldt voor de vaste kosten (starttarief) en de variabele kosten (prijs, inclusief belastingen, per kWh).
- Deze verschillende prijscomponenten (en ook andere mogelijke prijscomponenten) moeten afzonderlijk inzichtelijk zijn.
- Direct na het laden moet de afnemer duidelijk geïnformeerd worden over hoeveel energie is afgenomen is en hoe hoog de totale kosten hiervan zijn.

- De prijsaanduiding moet eenvoudig zijn en makkelijk toegankelijk. Dit kan fysiek op de paal of via een website of app (een verwijzing hiernaar moet wel fysiek aanwezig zijn).

Op 15 februari 2020 is er in tv-programma Kassa een item over onduidelijke laadtarieven. Kassa heeft hiervoor ook de ACM om een reactie gevraagd. Deze reactie van de ACM geeft inzicht in hoe de toezichthouder aankijkt tegen prijstransparantie op de markt voor elektrisch laden. De ACM geeft de volgende aanwijzingen in haar reactie:

- Prijzen moeten duidelijk zijn. Afnemers moeten prijzen met elkaar kunnen vergelijken.
- Er mogen geen onverwachte bijkomende kosten zijn.
- Vooraf moet duidelijk zijn: de kWh-prijs, het starttarief en een eventueel boetetarief.
- De laadkracht van de paal moet duidelijk zijn.
- Een vaste kWh-prijs op alle palen is niet verplicht. Dit geeft weliswaar duidelijkheid, maar beperkt de flexibiliteit op een markt met vraag en aanbod. Prijsdifferentiatie is toegestaan en moet mogelijk blijven (dit heeft positieve effecten op concurrentie en leidt tot lagere prijzen voor consumenten). Wel moet de prijs op een bepaalde manier zichtbaar zijn, dit kan via een sticker op de paal, een scherm op de paal of een app.

#### 4.1.2 Kamervragen

Naar aanleiding van de Kassa-uitzending zijn er Kamervragen over de onduidelijke tarieven bij laadpalen behandeld. In de kamerbrief benadrukt de Minister voor Milieu en Wonen het volgende:

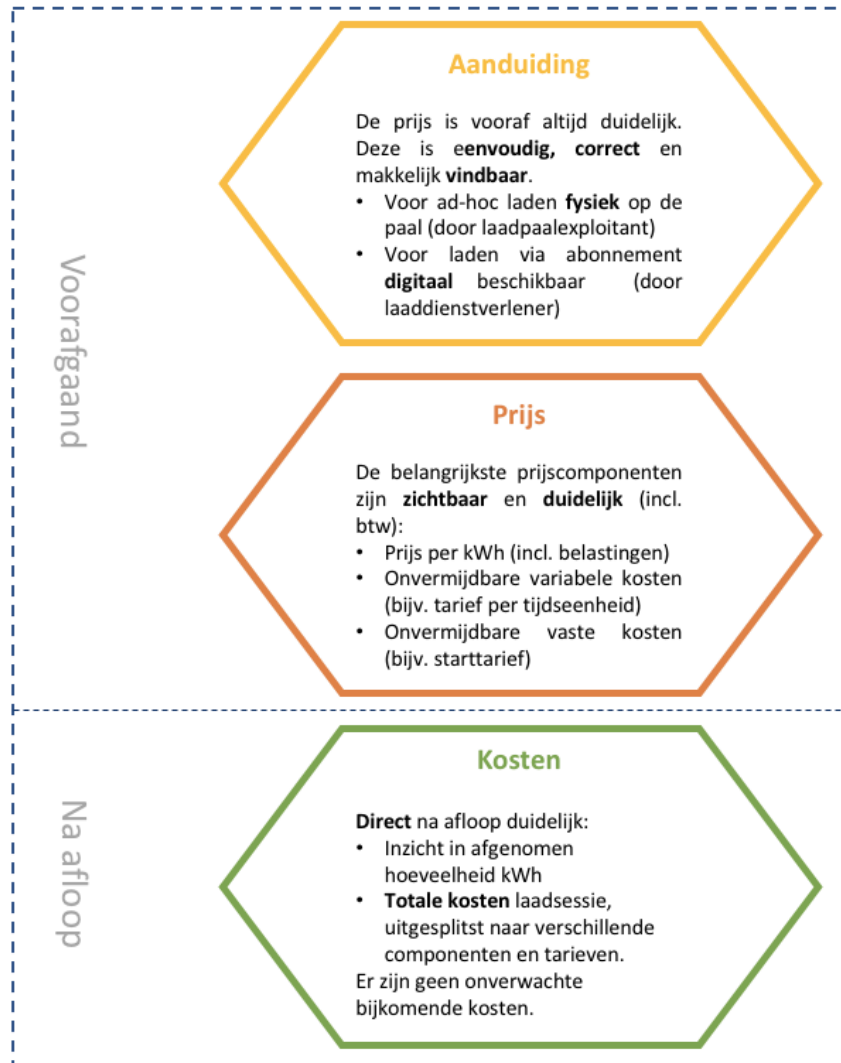
- Het opleggen van een vast laadtarief waarmee alle tariefdifferentiatie uit de markt verdwijnt wordt niet wenselijk geacht voor de ontwikkeling van de laadmarkt. Een standaardtarief zou prijsconcurrentie beperken.
- eViolin heeft toegezegd haar leden op te roepen, aan te sporen en te stimuleren om voor 1 juni 2020 een ad-hoc betaaloptie te bieden op alle publieke laadpalen en een manier om het ad-hoc tarief te raadplegen.
- eViolin heeft toegezegd haar leden op te roepen, aan te sporen en te stimuleren om voor 1 juni 2020 online en/of bij de laadpaal communiceren dat de prijs voor laden met een pas of app van een serviceprovider kan afwijken van de 'ad-hoc laadprijs'.
- Er wordt gewerkt aan een wetwijziging waarmee wordt geregeld dat voor alle publieke laadpunten in Nederland via een nationaal toegangspunt voor laadpuntendata het ad-hoc tarief te vinden is. Deze wetwijziging gaat naar verwachting in de eerste helft van 2020 in consultatie.
- Er zal met decentrale overheden worden samengewerkt om tot concessies te komen waarin nauwkeurige afspraken over prijstransparantie worden gemaakt (Van Veldhoven-van der Meer, 2020).

#### 4.2 Definitie

In deze paragraaf presenteren we de definitie van prijstransparantie op de markt voor EV. Onderstaande **figuur 8** presenteert deze definitie. De definitie maakt onderscheid in moment van inzicht (voorafgaand en na afloop van de laadsessie) en bevat de componenten 'aanduiding', 'prijs' en 'kosten'.

Deze definitie heeft betrekking op de prijstransparantie van de aanbieder naar de EV-rijder. Transparantie tussen aanbieders valt hier niet onder.<sup>13</sup>

**Figuur 8: Definitie prijstransparantie laden elektrische voertuigen**



#### 4.2.1 Prijstransparantie: aanduiding

Het eerste element van de definitie van prijstransparantie is 'aanduiding'.

- De prijsaanduiding moet voorafgaand aan de laadsessie plaatsvinden. De daadwerkelijke in rekening gebrachte prijs mag niet afwijken van de geadverteerde prijs. De prijsaanduiding dient eenvoudig, correct en makkelijk vindbaar te zijn.
- Voor ad-hoc laden moet de prijsaanduiding door de laadpaalexploitant fysiek op de paal worden aangebracht. Dat kan via een scherm in de paal, een sticker op de paal of een verwijzing naar een digitale informatiebron (bijvoorbeeld een QR-code<sup>14</sup>). Voor het laden via een abonnement moet de prijs van het laden digitaal beschikbaar zijn.

<sup>13</sup> Transparantie tussen aanbieders speelt wel een belangrijke rol om prijstransparantie richting EV-rijders te bereiken.

<sup>14</sup> QR-codes zijn fraudegevoelig. Een 2-steps identificatie zou kunnen helpen om fraude te voorkomen.

- Voor alle laaddienstverleners en laadpaalexploitanten geldt dat zij hun prijzen dienen te publiceren (dat kan bijvoorbeeld via een website).

#### 4.2.2 Prijstransparantie: prijs

Het tweede element van de definitie van prijstransparantie is 'prijs'.

- Alle verschillende prijscomponenten moeten zichtbaar en duidelijk worden weergegeven. De prijs per kWh is de belangrijkste prijscomponent en moet dus duidelijk zijn voor de consument. Ook de overige (variabele en vaste) prijscomponenten die onvermijdbaar zijn, moeten expliciet worden aangeduid. Daarnaast moeten mogelijke vermijdbare kostencomponenten bekend zijn.
- Onderstaande **tabel 4** bevat een lijst met voorbeelden van prijscomponenten voor de drie kostensoorten: onvermijdbare variabele kosten, onvermijdbare vaste kosten en vermijdbare kosten. De definitie is leidend maar bevat alleen de globale uitgangspunten. De tabel geeft voorbeelden van de uitwerking hiervan.

**Tabel 4: Voorbeelden van prijscomponenten en uitwerking van transparantie per component**

Onvermijdbare variabele kosten	
Component	Toelichting
kWh-prijs	De prijs per kWh moet voorafgaand aan de laadsessie duidelijk zijn. Er geldt geen verplichting voor een vaste prijs. Tariefdifferentiatie is toegestaan. Indien de kWh-prijs fluctueert (bijvoorbeeld afhankelijk van dagdeel) moet de prijs per moment vooraf bekend zijn.
Opslag op kWh-prijs	Een opslag op de kWh-prijs door laaddienstverleners of laadpaalexploitanten. Dit tarief moet door de laaddienstverlener duidelijk worden weergegeven in de digitale informatiebron.
Prijs per tijdseenheid	Dit is een tarief per tijdseenheid (bijv. per minuut) voor het gebruik van een laadpaal. Dit tarief moet voorafgaand aan de laadsessie duidelijk zijn. Indien dit tarief gehanteerd wordt, moet ook informatie over de laadkracht van de paal verschaft worden, zodat de consument een inschatting kan maken van de benodigde laadduur.
Onvermijdbare vaste kosten	
Component	Toelichting
Abonnementskosten	Vaste kosten per maand (of jaar) voor het abonnement bij een laaddienstverlener. Dit kunnen bijvoorbeeld kosten voor een laadpas zijn. Ook kosten voor een abonnementsvorm voor onbeperkt laden, vallen hieronder.
Starttarief	Vast tarief per laadsessie. Dient vooraf duidelijk te zijn.
Vermijdbare kosten	
Component	Toelichting
Boetetarief	Tarief dat moet worden betaald indien iemand langer dan toegestaan op een laadplek geparkeerd blijft staan. Indien er sprake is van een dergelijk boetetarief moet dit voorafgaand aan de laadsessie duidelijk zijn, alsook de hoogte van dit tarief.

### 4.2.3 Prijstransparantie: kosten

Het derde element van de definitie van prijstransparantie is 'kosten'.

- Direct na afloop van een laadsessie moet de afnemer inzicht krijgen in de totale hoeveelheid afgenomen energie en de totale kosten van de laadsessie. De afnemer moet dus een afschrift ontvangen. Deze kan digitaal worden verstrekt.
- Het afschrift bevat een uitsplitsing van de totale kosten naar de verschillende componenten en bijbehorende tarieven (dit maakt duidelijk hoe de totale kosten zijn opgebouwd). De consument moet kunnen verifiëren of de tarieven overeenkomen met de vooraf geadverteerde tarieven.
- De daadwerkelijk in rekening gebrachte tarieven mogen niet afwijken van de vooraf geadverteerde prijzen. Ook mogen er geen onverwachte bijkomende kosten in rekening worden gebracht.

## 4.3 Wensen

De in paragraaf 4.2 gepresenteerde definitie van prijstransparantie betreft de noodzakelijke elementen om prijstransparantie voor EV-rijders te bereiken. De definitie is daarmee zo simpel mogelijk gehouden om complexiteit voor EV-rijders te voorkomen.

Op termijn, als een basisniveau van prijstransparantie is bereikt, zijn er verschillende aanvullende stappen die gezet kunnen worden. De verschillende stakeholders hebben hier in de verschillende gesprekken op gewezen. Het betreft de volgende elementen:

- Transparantie tijdens het laden. Naast informatieverschaffing vooraf en na afloop van een laadsessie is het wenselijk om er ook voor te zorgen dat EV-rijders tijdens de laadsessie inzicht hebben in de hoeveelheid afgenomen kWh en de kosten hiervan. Zo zijn er al laaddienstverleners waarbij consumenten via de app kunnen zien hoe ver de auto geladen is, de bijbehorende prijs en ze krijgen een berichtje zodra de auto volgeladen is. Uit meerdere interviews kwam naar voren dat het technisch mogelijk en wenselijk is om tijdens het laden de voortgang te kunnen zien.
- Transparantie over het vermogen van de laadpaal. Het vermogen van een laadpaal is bepalend voor de duur van een laadsessie. Wanneer er sprake is van een tarief per tijdseenheid is dit ook bepalend voor de kosten van de laadsessie. Ook innovaties die een invloed hebben op laadvermogen en de stabiliteit hiervan, zoals bijvoorbeeld smart charging, leiden ertoe dat inzicht in het laadvermogen belangrijker wordt.
- Ad-hoc prijzen zowel op de paal als digitaal beschikbaar zodat consumenten ook zonder abonnement een overzicht hebben waar ze voor welke prijs kunnen laden.

## 5. Markttoets klantperceptie en definitie

Om te kijken in hoeverre de definitie van prijstransparantie verhoudt tegen de huidige situatie is er een korte markttoets uitgevoerd. Deze markttoets is op basis van een beknopte analyse van klantvoorwaarden, websites, apps en andere communicatiemiddelen van vijf verschillende marktpartijen. Het gaat om een momentopname. Er is geen informatie over de ontwikkeling van bovengenoemde aspecten door de tijd heen.

## 5.1 Aanduiding

Het eerste onderdeel van de definitie van de prijstransparantie behelst een aanduiding vooraf. In het geval van ad-hoc laden dient er fysiek op de paal een prijs te worden aangegeven. Een korte check begin juni laat zien dat meerdere laadpaalexploitanten op dat moment nog geen referentie naar ad-hoc laden of laadprijzen maken op de laadpaal, ondanks dat via eViolin afgesproken is dat dit vanaf 1 juni het geval zou zijn. Andere laadpalen laten wel de laadprijs zien, sommige snelladers doen dit via het display terwijl andere laders gebruik maken van QR-codes of websites. Deze leiden je naar een betaalomgeving of app waar je de prijzen kan in zien en de betaling te voldoen. Hier kan ook informatie na afloop van het laden worden ingezien.

Veel laadpasdienstverleners zijn begonnen met het communiceren van laadpaalprijzen via websites en apps. Dit kan zijn in de vorm van een kaart waarop alle individuele laadpalen zichtbaar zijn inclusief eigenschappen en prijs. Een andere vorm gekozen door laaddienstverleners is het hanteren van vaste prijzen voor bepaalde regio's of netwerken. Wel was, begin juni, de getoonde prijsinformatie in de meeste gevallen nog niet real-time. Daarnaast blijkt uit de voorwaarden van de aanbieders dat de daadwerkelijke prijs kan verschillen van de in de apps en websites getoonde prijs. Tegelijkertijd zijn er ook laadpasdienstverleners die nog geen enkele vorm van prijsaanduiding bieden vooraf.

## 5.2 Prijscomponenten

Laadpasaanbieders noteren de prijzen op de volgende manieren:

- Alleen de totaalprijs
- Alleen indicatief
- Met uitsplitsing naar start, kWh en tijd

Bij veel van de genoteerde prijzen is het onduidelijk of het alleen de door de CPO gehanteerde prijzen zijn, of dat ook additionele kosten van de MSP worden meegenomen in de gehanteerde prijzen. Daarnaast is het in sommige gevallen niet duidelijk of de genoteerde prijsinformatie real-time is.

## 5.3 Kosten

De specificaties na afloop van het laden verschillen tussen de onderzochte aanbieders van laadpassen. Zo zijn er aanbieders die alleen het maandelijks verbruik (in kWh) en bijbehorende de totale kosten rapporteren. De kosten zijn dus niet gespecificeerd naar laadsessie, laadpaal of prijscomponent. Daarnaast zijn er aanbieders die wel het verbruik specificeren naar laadpaal maar hier geen kosten aan koppelen. Het is uit de specificatie niet duidelijk welk bedrag wordt gerekend per laadpaal. Andere aanbieders van laadpassen laten wel de totale kosten zien van laadsessies, maar specificeren niet de prijscomponenten. Daarnaast kunnen er onverwachte kosten optreden voor consumenten omdat onder andere volgens de voorwaarden van enkele laadpasaanbieders, de uiteindelijke kosten kunnen verschillen van vooraf genoemde prijzen.

## 6. Klachten analyse

We voeren een knelpunten analyse uit op basis van klachten op het forum voor EV-rijders<sup>15</sup>, toegestuurde klachten vanuit de VER en klachten vanuit geïnterviewde partijen (zie bijlage 1). De klachten gaan over elektrisch laden en niet altijd specifiek over prijstransparantie.

### 6.1 EV-rijders

Uit de toegestuurde klachten vanuit de VER<sup>16</sup> en het forum voor EV-rijders<sup>17</sup> blijken de volgende klachten:

- Verschillende tarieven die via verschillende mediums worden weergegeven (app, website, display of QR-code op de paal). Dit maakt het lastig om tarieven te vergelijken.
- Het is voor de consument onduidelijk waarom ze bij de ene laadpaal meer betalen dan bij de andere. Op de factuur achteraf worden prijsverschillen niet duidelijk gespecificeerd.
- Het is voor de consument onduidelijk bij wie ze terecht kunnen met klachten. Als ze bij de laaddienstverlener aankloppen worden ze doorgestuurd naar de laadpaalexploitant en andersom.
- Consumenten hebben te maken met foute prijsinformatie. Er wordt vooraf bijvoorbeeld een gemiddelde prijs als indicatie weergegeven en achteraf blijkt er meer betaald te moeten worden. Op de factuur is niet gespecificeerd wat de geschatte en uiteindelijke kosten van de laadsessie waren.
- Prijzen worden niet altijd inclusief btw weergegeven.
- Er is vooraf vaak geen inzicht in kosten per kWh.

### 6.2 Aanbestedende partijen (gemeentes en regio's)

Vanuit aanbestedende partijen zijn klachten gekomen over het niet nakomen van afspraken uit concessieovereenkomsten. Aanbestedende partijen kunnen bijvoorbeeld maximale bedragen stellen aan het laden bij palen op hun grondgebied. Het is vervolgens aan laadpaalexploitanten om zich aan deze regels te houden. Uit klachten vanuit aanbestedende partijen blijkt dat dit niet altijd het geval is. Er zijn zelfs klachten binnengekomen over het vermoeden dat er prijsafspraken zijn tussen laadpaalexploitanten en laaddienstverleners die de bedongen prijzen in aanbestedingen overrulen.

### 6.3 Laaddienstverleners

Om de juiste prijs te communiceren naar klanten zijn laaddienstverleners afhankelijk van de prijsinformatie van laadpaalexploitanten. Er zijn klachten vanuit laaddienstverleners dat ze onvolledige informatie ontvangen over hoe de laadpaalprijzen met eventuele opslagen zijn opgebouwd. Hierdoor kunnen ze EV-rijders niet altijd voorzien van volledige prijsinformatie.

---

<sup>15</sup> [https://gathering.tweakers.net/forum/list\\_messages/1974344](https://gathering.tweakers.net/forum/list_messages/1974344)

<sup>16</sup> Door VER ontvangen klachten van EV-rijders in november 2019

<sup>17</sup> Berichten m.b.t. tarieven en prijstransparantie geplaatst tussen januari en juni 2020

## 6.4 Laadpaalexploitanten

Vanuit zowel laadpaalexploitanten, laaddienstverleners en brancheverenigingen zijn klachten binnen gekomen dat aanbestedende partijen uiteenlopende wensen en eisen in tenders opnemen. Dit zorgt voor een grote variëteit tussen gemeenten en regio's. Bovendien wordt wet- en regelgeving niet altijd in acht genomen. Zo zijn er voorbeelden van tenders gekomen waarbij er niet gevraagd werd naar ad-hoc toegang en duidelijke vermelding van laadprijs en hierop is vervolgens ook niet gecontroleerd bij de binnenkomende aanbiedingen. De concessie is vervolgens verleend aan marktpartijen die geen laadpaalprijs weergeven en/of geen ad hoc betaaloptie aanbieden. Voor marktpartijen is het daarmee niet aantrekkelijk om te investeren in deze toevoegingen als daardoor hun aanbiedingsprijs hoger wordt, terwijl partijen er niet altijd op afgerekend worden als ze het niet bieden.

## 7. Geïnterviewde knelpunten en oplossingen

Op basis van de markttoets, klachtenanalyse en de tweede ronde interviews is vastgelegd welke knelpunten er bij implementatie van de omschreven definitie van prijstransparantie zijn en welke oplossingen daar volgens de geïnterviewde bij hoort. Dit hoofdstuk geeft dus de (verschillende) visies van de geïnterviewde partijen (waaronder marktpartijen) weer maar werkt nog *niet* toe naar conclusies, of aanbevelingen over de meest geschikte oplossingen. In **Hoofdstuk 8** volgen onze aanbevelingen en de bouwstenen voor een implementatieplan om prijstransparantie te verbeteren.

### 7.1 Verantwoordelijkheden onduidelijk

De laadmarkt in de huidige vorm bevat verschillende partijen die in een keten opereren zoals in **figuur 7** is weergegeven. Ook zijn er partijen die bepaalde taken, zoals oplaadinfrastructuur of laadpasoplossingen, uitbesteden aan externe partijen. Daarnaast hebben eindgebruikers de mogelijkheid om ad-hoc te laden of via een laadpas. De klant verschilt dus tussen een eindgebruiker en laaddienstverlener afhankelijk van de gekozen laadmethode. Ook voor sommige partijen in de semipublieke sfeer is er onduidelijkheid over welke functie ze hebben. Uit de interviews is gebleken dat binnen de gehele keten onduidelijkheid is wie welke verantwoordelijkheid heeft waar het gaat om prijstransparantie en wie welke wet- en regelgeving moet naleven.

Een gevolg is dat er bij de betrokken partijen verschillende percepties zijn over wat prijstransparantie is en hoe prijstransparantie kan worden nagestreefd. Hierdoor wijzen partijen naar elkaar om het probleem op te lossen.

Een bijkomend probleem is dat er kennis ontbreekt bij onder andere markt- en aanbestedende partijen hoe prijzen berekend worden. Hierdoor zijn er situaties geweest waar prijzen gecommuniceerd zijn die in de praktijk, bij gebruik van een laadpas, niet haalbaar bleken te zijn. De prijzen van laden via een laadpas worden gezet door een laaddienstverlener, die daarover geen verantwoording heeft ten opzichte van een aanbestedende partij. Wel kan een laadpaalexploitant op basis van afspraken met een aanbestedende dienst bepaalde maximumprijzen doorrekenen aan een laaddienstverlener.



### *Oplossingen aangedragen in interviews*

In de interviews zijn meerdere oplossingen voorgesteld om de verantwoordelijkheden in de markt te verduidelijken:

- Vanuit interviews is gebleken dat de **waardestromen van de markt transparanter** in beeld kunnen worden gebracht zodat de waarde en verantwoordelijkheden tussen partijen voor iedereen duidelijker worden. Daaruit kunnen betere afspraken worden gemaakt tussen partijen.
- Tegelijkertijd blijkt dat er bij sommige stakeholders in de keten een **kennisachterstand** is. Men is niet of slecht op de hoogte van (Europese en nationale) regelgeving. Aanbestedende overheden kunnen wet en regelgeving explicieter opnemen in de aanbestedingsdocumenten.
- Prijstransparantie is een **gedeelde verantwoordelijkheid** in de markt. Het probleem ligt niet alleen bij specifieke partijen. Daarom is het van belang dat er bij alle partijen een gedeelde verantwoordelijkheid wordt gecreëerd. Dat betekent dat partijen elkaar moeten aanspreken op het niet nakomen van verantwoordelijkheden. Voor consumenten betekent dit onder andere het regelmatig controleren van de prijzen, terwijl concessieverleners erop gewezen moeten worden dat gemaakte afspraken worden nagekomen. eViolin is op dit moment bezig om laadpaalexploitanten en laaddienstverleners uit te leggen welke verantwoordelijkheden zij hebben op het gebied van prijstransparantie.
- Partijen moeten alleen **uitspraken** doen over datgene wat binnen hun verantwoordelijkheid valt. Bijvoorbeeld concessieverleners zouden geen uitspraken moeten doen over prijzen van laaddienstverleners zolang zij geen onderlinge afspraken hebben. Partijen horen vrijheid te hebben om eigen abonnementsvormen te ontwikkelen en duidelijk met eindklanten te communiceren.

## **7.2 Beperkte noodzaak tot verandering**

Op dit moment bestaat de EV-markt nog hoofdzakelijk uit elektrische rijders die relatief weinig prijsbewust zijn, immers over het algemeen betaalt de baas. Daarnaast zorgen ook de locatie en beschikbaarheid van laadpalen voor een lage prijsgevoeligheid bij elektrische rijders. Uit de interviews blijkt dat partijen nog onvoldoende beloofd of gestraft worden voor (in)transparantie, terwijl er technisch geen belemmeringen zijn om te voldoen aan de geldende wet- en regelgeving. Hierdoor is er een beperkte prikkel voor marktpartijen om transparante prijzen aan te bieden.

### *Oplossingen aangedragen in interviews*

In de interviews zijn meerdere oplossingen voorgesteld om de noodzaak tot prijstransparantie te verbeteren:

- Een veelgenoemde oplossing is meer **handhaving** in de markt zodat partijen druk voelen om prijstransparantie te bewerkstelligen. Waarschuwingen of een onderzoek kunnen afdoende zijn, maar ook het uitdelen van boetes wordt genoemd als oplossing om prijstransparantie bovenaan de agenda te krijgen bij de verschillende partijen in de keten. Ook het publiekelijk benoemen van partijen kan helpen om prijstransparantie te promoten.
- Ook is er een **lange termijn voordeel** voor partijen om prijstransparant te zijn. Ze zijn aantrekkelijker voor consumenten wat in de toekomst een grote markt gaat zijn. Daarnaast zorgt een gebrek aan prijstransparantie ervoor dat het gemakkelijk is voor nieuwe partijen

om marktaandeel te veroveren door wel prijstransparantie te bieden. Het benadrukken van de lange termijn voordelen kan helpen om de markt te bewegen.

- Een derde oplossing die genoemd is, is het uitrollen van betere en gebruiksvriendelijke **ad-hoc faciliteiten**, zoals onder andere is afgesproken door eViolin. Daarnaast hebben laadpaalexploitanten de wettelijke verplichting om een ad-hoc betaalfunctionaliteit op hun laadpalen aan te bieden. Deze zouden de positie van laadpaalexploitanten verbeteren terwijl de rol van laaddienstverleners minder belangrijk wordt. Dit zorgt voor meer competitie in de markt waardoor prijstransparantie belangrijker wordt. Hiervoor is het wel belangrijk dat ad-hoc betaalopties gemakkelijker en gebruiksvriendelijker worden. Op dit moment kan een ad-hoc betaling vijf minuten per transactie duren. Om daadwerkelijk te kunnen concurreren met laadpasaanbieders moeten ad-hoc betaalopties nog sterk ontwikkelen.

### 7.3 Gebrek aan handhaving

Consumentenwetgeving verplicht aanbieders transparant te zijn over de laadprijzen. Aanbieders hebben hier soms weinig noodzaak toe en daarom kan handhaving helpen om prijstransparantie te bewerkstelligen. Op dit moment wordt er door weinig partijen gehandhaafd op prijstransparantie en afspraken die gemaakt zijn in aanbestedingen. Want ook aanbestedende diensten kunnen laadpaalexploitanten controleren op gemaakte afspraken op het gebied van ad-hoc laden en prijstransparantie. Veel concessieverleners kiezen voor mildere eisen in de aanbesteding waardoor de mogelijkheden tot handhaving achteraf beperkt zijn. Bedrijven onderling hebben ook de mogelijkheid om afspraken te maken en deze afspraken te controleren. Op het moment dat marktpartijen niet voldoen aan geldende wet- en regelgeving kan de ACM ingrijpen. De ACM toetst echter alleen of wordt voldaan aan de regels en is niet de instantie die de methode vastlegt.

#### *Oplossingen aangedragen in interviews*

In de interviews zijn meerdere oplossingen voorgesteld om het gebrek aan handhaving op te lossen:

- Actieve handhaving door de **ACM** is een veelgehoorde oplossing. Zij zijn immers de partij die over het consumentenrecht gaan. Al worden ook vraagtekens gezet bij ingrijpen van de ACM. Dit wordt namelijk gezien als een laatste oplossing. Ingrijpen van de ACM is slecht voor het imago van de EV-markt.
- Daaruit volgt soms de roep om een **alternatieve instantie** die dichterbij de markt staat. In onder andere de betaalsector is een dergelijke instantie opgezet. Met een dergelijke instantie wordt beter ingespeeld op toekomstige ontwikkelingen. Een brede toezichthouder die verder kijkt dan prijstransparantie. Een wettelijk orgaan dat zich bezighoudt met e-mobility. Wel zijn er vraagtekens geplaatst bij deze oplossing. Zo wordt getwijfeld of de laadmarkt wel groot genoeg is voor een eigen instantie en is het niet handig als er gedeelde verantwoordelijkheden met de ACM zijn.
- Ook zijn er partijen die benadrukken dat een nieuwe instantie niet nodig is. eViolin wordt als partij gezien om prijstransparantie te promoten. Het ontbreekt deze partij echter aan handhavende capaciteit. Daarom wordt eViolin gezien als logische partij voor afspraken en uitvoering maar niet voor handhaving. Benadrukt wordt dat het beste is als de markt er zelf uit komt. Er is tijd nodig om dit te regelen, waardoor actieve handhaving op dit moment **niet noodzakelijk** wordt geacht.

- Een andere genoemde oplossing is de invoering van een **klachtenloket**. Er is er op dit moment geen plek waar klachten worden verzameld waardoor het lastig is om de omvang van het probleem in kaart te brengen. De klachten hoeven niet alleen van consumenten te komen, ook voor andere partijen in de keten kan het handig zijn om klachten te bundelen. Een klachtenloket kan hier invulling aan geven.
- Een aanvulling op het klachtenloket is een **klachtenonderzoek**. Zodra er meerdere klachten binnen komen is het nuttig om te onderzoeken wie in de verschillende gevallen verantwoordelijk is voor de gepercipieerde fout.
- Tegelijkertijd is er ook voor **concessieverleners** de noodzaak om beter te controleren of de met de laadpaalexploitant gemaakte afspraken worden nageleefd. Op basis van wettelijke en contractuele eisen moeten concessieverleners actief handhaving vormgeven. Dit betekent dat concessieverleners moeten investeren in controles en sanctionering.
- Ook kunnen concessieverleners laadpaalexploitanten verplichten om prijsafspraken met een **maximum kWh tarief** (de groothandelsprijs) af te stemmen met laaddienstverleners. Als een laadpaalexploitant en laaddienstverlener er gezamenlijk niet uitkomen dan bestaat de mogelijkheid om die palen niet op te nemen in het netwerk. In verband met roamingafspraken komt dit in de praktijk nog nauwelijks voor. Concessieverleners moeten veel strakker communiceren over wat de afspraken over de maximum kWh tarieven zijn.

#### 7.4 Naleven onderlinge afspraken (Code of Conduct)

De markt realiseert zich dat prijstransparantie een belangrijk en wettelijk verplicht onderdeel is van elektrisch laden. De branchevereniging eViolin heeft prijstransparantie opgenomen in de afspraken waaraan de branche zich onderling houdt. Toch zijn er verschillende partijen die op dit moment (nog) niet voldoen aan de gemaakte afspraken. De Code of Conduct zet in op real-time uitwisseling van prijzen tussen laadpaalexploitant en laaddienstverlener. Dit zorgt ervoor dat er real-time verbindingen zijn tussen verschillende partijen. Verschillende partijen benadrukken dat het tijd en geld kost om de benodigde verbindingen te realiseren. Technisch zijn er echter geen problemen. Daarnaast is in de interviews benadrukt dat partijen niet happig zijn op het delen van prijsinformatie, omdat hiermee inzicht in het verdienmodel wordt gegeven.

Ook zijn er nog bepaalde kritiekpunten op de Code of Conduct. Zo kunnen de roaming afspraken ervoor zorgen dat het voor laadpaalexploitanten lastig is om eisen te stellen aan laaddienstverleners over transparantie van prijzen. Hierdoor kunnen aanbesteders niet altijd prijstransparantie eisen. Een ander kritiekpunt is dat de verplichte uitwisseling van specifieke prijsinformatie kan leiden tot meerwerk in bepaalde situaties, denk aan onderlinge afspraken en contracten die moeten worden aangepast. Bovendien bereikt eViolin en hiermee de Code of Conduct niet de hele EV-markt. Niet alle dienstverleners op de markt zijn lid van eViolin of erkennen haar leidende positie.

##### *Oplossingen aangedragen in interviews*

In de interviews zijn meerdere oplossingen voorgesteld om de onderlinge afspraken beter na te leven:

- Vanuit de markt komt naar voren dat de afspraken die gemaakt zijn in de Code of Conduct **voldoen** op het gebied van prijstransparantie. De Code of Conduct komt overeen met de in

hoofdstuk 4 opgestelde definitie. Het is dus niet noodzakelijk om de afspraken aan te passen.

- eViolin is bezig om partijen op hun verantwoordelijkheden te wijzen. Het heeft **tijd** nodig voordat alle partijen de benodigde protocollen hebben geïmplementeerd en in gebruik genomen. Doordat er een gemene deler is ontstaat er een versnelling in de markt. Dit zorgt ervoor dat sommige partijen al real-time prijsinformatie aanbieden.
- **LaadpasTop10** zorgt er daarnaast voor dat consumenten laaddienstverleners kunnen vergelijken o.a. op basis van prijzen. De website geeft een duidelijk overzicht van de aanbieders en hun prijzen. Bovendien geeft het platform ook inzicht in hoeverre een partij prijstransparant is.
- Wel werd in de interviews benadrukt dat de afspraken alleen het **noodzakelijke** zou moeten omvatten. Uitwisseling van data tussen laadpaalexploitant en laaddienstverlener blijft een business to business (B2B) oplossing. Er moet vrijheid blijven bestaan om hier zelf invulling aan te geven. Transparantie naar de consument heeft prioriteit.
- Ook werd benadrukt dat er voor laaddienstverleners voldoende mogelijkheden zijn om prijstransparant te zijn wanneer een laadpaalexploitant geen informatie aanlevert. Met bijvoorbeeld een **vast tarief** kan een dienstverlener transparant zijn.
- Een **kwaliteitslabel** voor partijen die prijstransparant zijn kan uitkomst bieden.

## 7.5 Complexe opbouw prijzen (en afrekening)

Naast dat prijzen niet transparant zijn kan de opbouw van laadprijzen onduidelijk zijn. Door de vele tariefstructuren in de keten is de opbouw van prijzen niet transparant. Zo worden er door laadpaalexploitanten verschillende tarieven doorgerekend aan dienstverleners. Onder andere hierdoor verschillen tarieven op dezelfde laadpaal en verschillen tarieven op laadpalen in dezelfde straat. Dit roept vragen op bij eindgebruikers en externen. Zeker voor mensen die niet thuis zijn in de EV-markt vergroot dit de roep om meer prijstransparantie in de EV-markt. Daarnaast maken toekomstige ontwikkelingen als smart charging en vrije keuze van energie het aantal factoren waarvan de laadprijs afhankelijk is nog groter. Er blijft een uitdaging om simpele en transparante prijzen te communiceren zodat eindgebruikers prijsbewuste keuzes kunnen maken, en dat er voor instanties mogelijkheden blijven om laadgedrag te sturen. Men kan concluderen dat er voor consumenten weinig informatie beschikbaar is over de opbouw van laadprijzen, of dat de informatie de consumenten niet bereikt.

### *Oplossingen aangedragen in interviews*

In de interviews zijn meerdere oplossingen voorgesteld om de opbouw van prijzen begrijpelijk te houden:

- Voor veel partijen (buiten de EV-markt) is het **onderscheid onduidelijk** tussen ad-hoc laden en laden via een pasje. Wanneer alle laadpalen ad-hoc laden faciliteren, zoals de wetgeving voorschrijft, zal ad-hoc laden gangbaarder worden. Hierdoor wordt het onderscheid duidelijker tussen ad-hoc laden en pasladen. Aanvullend hierop kunnen concessieverleners duidelijker communiceren wat de prijsafspraken uit het contract zijn. Deze kan zowel bestaan uit een gemaximeerd ad-hoc tarief (B2C) en uit een afgesproken maximaal groothandelstarief (B2B) dat doorbelast mag worden aan laaddienstverleners. Ook kunnen concessieverleners en laadpaalexploitanten duidelijker communiceren dat tarieven kunnen

verschillen wanneer met een pasje geladen wordt. De verwachting bestaat dus dat ad-hoc laden een positief effect heeft op prijstransparantie.

- Ook kan het handig zijn om **type laders te onderscheiden**. Bij snelladers kan via de paal worden geladen omdat deze daarvoor de technieken hebben. Reguliere AC-laadpalen zijn beschikbaar via apps en laadpasjes.
- Door in te zetten op dezelfde **basisinformatie** over prijzen kan de complexe opbouw begrijpelijker worden. Met name de hoeveelheid energie en de laadsnelheid zijn bepalende factoren voor de laadprijs.
- Door **groothandelsprijzen** te vermelden op factuur van de laaddienstverlener wordt er meer inzicht gegeven over de opbouw van prijzen, maar hier is geen overeenstemming over bij de verschillende marktpartijen. Tegelijkertijd is aangegeven dat de prijs wel simpel moet blijven voor de klant, en dat het voor klanten niet belangrijk is wat er precies achter de schermen gebeurt.
- Een mogelijke oplossing is dat de **tariefvorm** gaat veranderen. Denk aan vaste tarieven per laadsessie of vaste kosten per maand voor een bepaalde maximum laadhoeveelheid.

## 7.6 Kosten ad-hoc infrastructuur

De technische mogelijkheden van snelladers en reguliere laders verschillen van elkaar. Snelladers beschikken over displays en onderliggende technieken om gemakkelijk de prijs en laadhoeveelheden te laten zien. Voor palen zonder display is het een stuk lastiger om het ad-hoc laadtarief te communiceren, in de praktijk komt dit neer op het plakken van stickers die je naar een betaalomgeving verwijzen. Dit is fraudegevoelig en er zitten extra kosten aan verbonden terwijl veel partijen er geen baat bij hebben.

### *Oplossingen aangedragen in interviews*

In de interviews zijn meerdere oplossingen voorgesteld om de kosten van ad-hoc betalen te drukken:

- Het is mogelijk dat de techniek in snelladers na verloop van tijd ook gangbaar wordt voor reguliere laders, het zogeheten **doorsijpeleffect**. Daardoor kan het lonen om de nieuwste technieken daar eerst te promoten. Wel is het nu al het geval dat snelladers prijstransparantie via ad hoc laden bieden, mede dankzij het display waar nog weinig reguliere laders mee worden uitgerust. Tegelijkertijd laten parkeerautomaten zien dat ad-hoc betalingen in de wijk wel mogelijk zijn. Gebruik van een app om ad hoc laadsessies te starten en te stoppen is ook een mogelijkheid die op korte termijn gebruikt kan worden.
- Het is mogelijk om goedkopere oplossingen te bedenken door **samenwerking** met andere sectoren. Betalingen via de bankkaart zijn goedkoper dan de huidige oplossingen. Ook kunnen autorisatie en laadgegevens inbegrepen worden via de protocollen van de betaalwereld.
- Het is de vraag in hoeverre prijstransparantie moet worden nageleefd voor reguliere laders. Zo kan het technisch lastig zijn om tijdens het laden inzicht te geven in laadvermogens. Echter zo lang de prijs voor- en achteraf correct gecommuniceerd wordt is er voldoende inzicht om beslissingen te maken. Zeker met aankomende veranderingen kan het goed zijn om op een dergelijke **invulling** van prijstransparantie in te zetten.

## 8. Bouwstenen implementatieplan

In dit hoofdstuk brengen we in kaart welke stappen moeten worden gezet om prijstransparantie te bewerkstelligen. Daartoe geven we eerst een korte schets van de markt dat uit het uitgevoerde onderzoek is ontstaan, en in hoeverre er wat ons betreft sprake is van tekortkomingen. Daarna presenteren we enkele bouwstenen voor een implementatieplan om de huidige tekortkomingen ten aanzien van prijstransparantie weg te nemen. Tot slot geven we een advies over de manier waarop ingrijpen van buitenaf, indien wenselijk, het beste kan worden ingestoken.

### 8.1 Beeld van de markt o.b.v. uitgevoerde onderzoek

Een belangrijke vraag die voorafgaat aan het formuleren van bouwstenen voor een implementatieplan, is hoe de markt op dit moment opereert en of ingrijpen (van buitenaf) nodig is. Vanuit economisch oogpunt zou extern ingrijpen moeten worden overwogen wanneer er sprake is van marktfalen. Op basis van de interviews uit dit onderzoek kan niet geconstateerd worden dat er sprake is van marktfalen. Ook een kwantitatieve onderbouwing voor marktfalen is op dit moment niet mogelijk. Technisch zijn er geen belemmeringen om prijstransparantie in te voeren, maar veel partijen voldoen desondanks nog niet aan de geldende wet- en regelgeving. Dit wekt de indruk dat partijen financieel voordeel behalen uit de huidige intransparantie in de markt.

Uit de interviews komen de volgende kenmerken van de huidige markt naar voren:

- De markt voor elektrisch laden is nog relatief jong. De groei van elektrisch rijden en de bijbehorende laadinfrastructuur is vooral in de afgelopen 5 jaar sterk gegroeid. In elke opkomende markt mag worden verwacht dat er een leercurve moet worden doorlopen voordat er sprake is van een volwassen en goed functionerende markt. De ACM benadrukt echter dat iedere markt – hoe complex of jong deze ook is – moet en kan voldoen aan de wetten en regels omtrent prijstransparantie.
- De grote meerderheid van de consumenten die de markt voor elektrisch laden bedient zijn zakelijk rijders en betrekkelijk prijsongevoelig. Er gaat daarom voorsnog een beperkte sturing uit van de vraagkant op prijstransparantie. Partijen worden onvoldoende beloond of gestraft voor het (vergroten) van de transparantie over hun prijzen. In de nabije toekomst zal de particuliere markt sterk groeien. De verwachting is dat particulieren prijsbewuster zijn en dat er een sterkere prikkel zal zijn voor marktpartijen om concurrerende en transparante prijzen te hanteren;
- Er is onvoldoende handhaving op wettelijke en contractuele eisen en afspraken. Ook is er onduidelijkheid in de markt over hoe deze handhaving moet worden vormgegeven.
- Er zijn klachten bekend van consumenten over de huidige mate van prijstransparantie. Deze zijn tot nu echter niet structureel en periodiek verzameld. Ook is er (voor zover wij hebben kunnen vaststellen) geen openbare kwantitatieve onderbouwing van de spreiding in laadtarieven/kosten die de omvang van het 'probleem' helder in kaart brengt. Daarnaast is er geen duidelijke partij aan te wijzen die hiervoor verantwoordelijk zou moeten zijn.
- Binnen de markt zijn er klachten van laadpaalexploitanten over de tarieven die laaddienstverleners (doorbe)rekenen;
- Wij hebben uit de interviews niet de indruk gekregen dat er in de markt structureel onwil bestaat om prijstransparant te zijn. De meeste partijen omarmen de Code of Conduct die prijstransparantie nastreeft (welke overigens ook wettelijk verplicht is). Deze Code of

Conduct is door de sector op eigen initiatief ingesteld. Desondanks is onvoldoende verandering zichtbaar en voldoen veel partijen nog niet aan de geldende wet- en regelgeving.

## 8.2 Bouwstenen voor een implementatieplan

Uit de interviews komen verder veel verschillende soorten oplossing(s)richting(en) naar voren. Het is wat ons betreft van groot belang om (uitgaande van het beeld van de huidige markt) een goede balans te vinden tussen oplossingen die markt zelf kan oppakken en waar extern ingrijpen nodig is. Ook moet daarbij rekening worden gehouden met autonome processen waardoor de markt vanzelf een meer volwassen karakter krijgt. Met deze overwegingen in het achterhoofd kunnen we 6 bouwstenen identificeren voor een implementatieplan dat verbeteringen teweegbrengt ten opzichte van de huidige situatie waar het gaat om prijstransparantie:

1. De definitie van prijstransparantie gezamenlijk, openbaar en breed omarmen
2. De verantwoordelijkheden van alle actoren in de markt vastleggen in een handboek
3. Wettelijke afspraken nakomen
4. Handhaven van gemaakte (wettelijke) afspraken
5. Instellen van een klachtenloket
6. Jaarlijkse benchmark initiëren

We lichten de bouwstenen hieronder kort toe.

### 1. De definitie van prijstransparantie gezamenlijk, publiekelijk en breder omarmen

In deze studie hebben we een definitie van prijstransparantie opgesteld (zie *Hoofdstuk 4*). Simpel gezegd komt het erop neer dat de volledige prijs van een laadtransactie voor- en na de laadactie duidelijk moet zijn voor de consument. Voor laadpaalexploitanten betekent dit dat de ad-hoc laadtarieven per paal te allen tijde zichtbaar moeten zijn voor de consument (bijvoorbeeld fysiek op de paal, via een scherm of via een app). Indien de consument gebruikt maakt van een pasje, moeten laaddienstverleners inzicht te geven in hun prijzen per paal.

Deze definitie wordt reeds breed en openbaar onderschreven in de markt en is onderdeel van de Code of Conduct. De Code of Conduct bereikt echter niet de hele EV-markt, zo erkennen niet alle partijen de gemaakte afspraken en niet alle marktpartijen zijn lid van eViolin. Het zou wat ons betreft daarom goed zijn als alle partijen, waaronder ook leasemaatschappijen, concessieverleners, grondeigenaren van semi-publieke ruimte en consumenten (via een consumentorganisatie) de definitie publiekelijk omarmen.

### 2. Verantwoordelijkheden van alle actoren vastleggen in een draaiboek

Uit de interviewrondes komt duidelijk naar voren dat binnen de gehele keten onduidelijkheid is wie welke verantwoordelijkheid heeft waar het gaat om prijstransparantie. Om de taken en verantwoordelijkheden van iedere partij te verduidelijken zou het goed zijn een draaiboek te maken waarin de regels en verplichtingen en de meerwaarde van elke partij goed zijn vastgelegd. In het draaiboek zou ook aandacht moeten zijn voor toekomstontwikkelingen (zoals terug levering aan het net en vrije energiekeuze) en de manier waarop partijen bij voorkeur met elkaar samenwerken (en wat de meerwaarde daarvan is).

### 3. Wettelijke afspraken nakomen

Het klinkt voor de hand liggend maar alle partijen moeten geldende wettelijke afspraken nakomen. De belangrijkste geldende wetten en regels zijn:

- De aanbieder is verplicht om de consument transparante prijzen te presenteren. De wet schrijft voor dat de prijs van een product of dienst bekend moet zijn op het moment van aankoop door een consument. Deze prijs moet bovendien makkelijk vindbaar, begrijpelijk en ondubbelzinnig zijn.
- Ad-hoc laden moet technisch mogelijk zijn op alle openbare laadpalen. Dit is de verantwoordelijkheid van laadpaalexploitanten (CPO's).
- Prijzen van ad-hoc laden moeten op de laadpaal worden vermeld.
- Laaddienstverleners moeten zowel vooraf als achteraf inzicht geven in de prijzen.

Op dit moment worden bovengenoemde wetten nog niet voldoende nageleefd. De reden daarvoor is gebrek aan kennis over wet- en regelgeving en gebrek aan prioriteit van partijen. Het vergroten van de kennis over de plichten die de wetgeving met zich mee brengt onder marktpartijen zou onderdeel van deze bouwsteen moeten worden.

De ad-hoc laadprijs en (indien een concessieverlener ook deze tarieven heeft vastgelegd) de groothandelsprijs moet op de paal zichtbaar zijn voor de consument. Dit is de verantwoordelijkheid van de laadpaalexploitant. Daarnaast is het de verantwoordelijkheid van de laaddienstverlener om duidelijkheid te verschaffen over de prijs die de consument aan de laaddienstverlener betaalt zodra de consument kiest om een laadpas van een laaddienstverlener te gebruiken. De consument moet zodoende altijd inzicht hebben in de kosten die hij tegen kan komen, zodat er een bewuste keuze kan worden genomen om te laden via de laadpaalexploitant of via de laaddienstverlener. Het is een kwestie van duidelijke en onderlinge afspraken maken tussen laadpaalexploitanten en laaddienstverleners en daarnaast is het van belang dat beide partijen zich aan de geldende regels houden.

### 4. Handhaven gemaakte (wettelijke) afspraken

Er moet (veel beter dan nu) worden toegezien op de naleving van wettelijke en contractuele eisen en afspraken. Op dit moment krijgt handhaving van wettelijke regels te weinig aandacht, terwijl dat binnen de bestaande afspraken tussen partijen wel verwacht mag worden. De volgende aanbevelingen hebben betrekking op handhaving van de regels:

- Omdat de meeste publieke laadpunten gerealiseerd zijn via openbare aanbestedingen, is het van belang dat concessieverleners erop toezien dat de afspraken in de concessie publiekelijk worden gecommuniceerd en worden nageleefd.
- Concessieverleners moeten de budgetten voor handhaving vergroten.
- Concessieverleners moeten concessiehouders sanctioneren (bv. waarschuwingen of boetes geven) bij gegronde klachten.
- Het moet voor concessieverleners eenvoudig zijn om klachten te ontvangen en deze in behandeling te nemen.



- Marktpartijen moeten streven naar professionalisering in de handhaving onderling. Indien onredelijke of intransparante prijzen worden doorgerekend zouden partijen elkaar moeten kunnen aanspreken op het niet naleven van de Code of Conduct.

## 5. Instellen van een klachtenloket

Het instellen van een klachtenloket dat zowel voor marktpartijen als consumenten toegankelijk is kan bijdragen aan de professionalisering van de handhaving. Het dient bovendien een ander doel: er wordt een database met tekortkomingen opgebouwd die nu nog ontbreekt.

Het instellen en bijhouden van een klachtenloket is de taak van een handhavende instantie (bijvoorbeeld een of meerdere concessieverleners). Naast het in behandeling nemen van de klachten, zal de handhavende instantie ook terugmelding moeten doen aan de klant. Het instellen van officiële waarschuwingen en boetes bij niet naleving van de wettelijke regels en andere contractuele afspraken is enkel mogelijk bij aantoonbare tekortkomingen.

## 6. Jaarlijkse benchmark als markttoets

Om de sector zelf, de consumenten en de overheid meer zicht te geven op de vorderingen om prijstransparanter te opereren verdient het sterke aanbeveling om nu te starten met een jaarlijkse benchmark. Wat ons betreft dient deze benchmark door een onafhankelijke externe partij te worden uitgevoerd in opdracht van de overheid.

De benchmark moet laten zien welke marktpartijen het beste scoren en (eventueel) welk partijen nog niet goed scoren. Het toevoegen van een kwaliteitslabel per aanbieder kan worden overwogen, maar moet wel op draagvlak binnen de markt kunnen rekenen. Elementen die minimaal onderdeel moeten zijn van de benchmark zijn:

- inventarisatie van deel van de laadtransacties waarbij de totaalprijs vooraf bekend is
- inventarisatie van deel van de laadtransacties waarbij de totaalprijs achteraf bekend is
- spreiding in de kosten van vergelijkbare laadtransacties

Verder moet er een voldoende grootte steekproef van laadtransacties worden genomen met een goede regionale spreiding. Hierbij kan er onderscheid worden gemaakt tussen a) laadexploitanten (communiceren transparant ad-hoc tarief en, indien afgesproken het groothandelstarief op de paal en de aanwezigheid van een ad-hoc betaalfunctionaliteit) en b) van laaddienstverleners (communicatie van transparante abonnementen en laadtarieven via een laadpas, app of token).

De benchmark dient openbaar te worden en vergezeld te gaan van een persbericht. Op deze wijze functioneert de benchmark als markttoets en geeft het een prikkel voor marktpartijen om prioriteit te geven aan de benodigde stappen voor meer prijstransparantie.

Het is van belang dat de marktpartijen betrokken worden bij de vorm van de benchmark (de wijze waarop de resultaten worden gepresenteerd en de scores worden bepaald). Het doel van de benchmark is niet 'naming and shaming' maar om partijen waar nodig extra te activeren om de benodigde stappen voor meer prijstransparantie te zetten.

Het onderzoek heeft geen concrete of eenduidige aanwijzing opgeleverd voor wat betreft de (bestaande) organisatie die deze taak op zich zou moeten nemen. De organisatie en benchmark zou in elk geval moeten beschikken over onafhankelijkheid, voldoende capaciteit moeten hebben voor

onderzoek en handhaving en een breed draagvlak kennen in de sector om met gewicht te kunnen oordelen.

### 8.3 Tot slot

Het beeld dat wat ons betreft uit het onderzoek naar voren komt is dat niet objectief vast te stellen is of het (bijzonder) slecht gesteld is met prijstransparantie. Technisch zijn er geen belemmeringen om te voldoen aan de geldende wet- en regelgeving. Desondanks wordt bevestigd dat de prijzen voor consumenten op dit moment onvoldoende transparant zijn en is gebleken dat geldende wetgeving niet goed wordt nageleefd.

Er zijn daarnaast indicaties dat de markt op onderdelen goed functioneert, dat er stappen zijn gezet die tijd en vooral prioriteit nodig hebben om te bestendigen, en dat er op termijn autonoom verbetering zal optreden door de groeiende (particuliere) EV-markt en voortschrijdende techniek (denk aan het gebruik van apps, displays op reguliere palen en meer ad-hoc laadmogelijkheden).

De bouwstenen die we in dit rapport aandragen, met name het klachtenloket en de periodieke benchmark, zullen bijdragen aan het opbouwen van een 'evidence base' waarmee kan worden aangetoond wat de omvang en ernst van tekortkomingen m.b.t. prijstransparantie zijn. Op dit moment ontbreekt die 'evidence base'.

De sector moet zich ervan bewust zijn dat actie nodig is. Alle partijen moeten gezamenlijk verantwoordelijkheid nemen voor het naleven van wettelijk afspraken en het verbeteren van prijstransparantie in de sector. Als er niet op afzienbare termijn zichtbare voortgang is geboekt dan schatten wij de kans als zeer reëel in dat de ACM zal ingrijpen.

## Bibliografie

Bayings, M. (2019). *Laden: waar, beschikbaar, kosten & input voor tenders een analyse voor lokale en regionale overheden*. Niet-gepubliceerd onderzoek, in opdracht van MRA-Elektrisch en Nationaal Kennisplatform Laadinfrastructuur (NKL).

Besluit prijsaanduiding producten. (2018, 1 januari). Geraadpleegd van <https://wetten.overheid.nl/BWBR0015104/2018-01-01>

ECISS. (2020). *Price Transparency: ECISS deliverable 3.2* Geraadpleegd van <https://www.nklnederland.nl/eciss/app/uploads/2020/06/3.2-ECISS-Prijstransparency.pdf>

Garrod, L. (2008). *Price Transparency and Consumer Naivety in a Competitive Market*. CCP Working Paper No. 07-10.

Gu, Y., & Wenzel, T. (2011). *Transparency, price-dependent demand and product variety*. Economics letters volume 110, issue 3.

Molnár, A., Van Lembergen, K., Tarantini, F., Heene, A., & Gellynck, X. (2013). *Price Transparency as a Prerequisite for Fair Competition: The Case of the European Food Prices Monitoring Tool*. Dordrecht: Ames, Jr. H. (eds) The Ethics and Economics of Agrifood Competition. The International Library of Environmental, Agricultural and Food Ethics, vol 20. Springer,.

OECD. (2001). *Price Transparency*. Organisation for Economic Co-operation and Development.  
Schultz, C. (2009). *Transparency and product variety*. Economics letters Volume 102, Issue 3, pages 165- 162.

Richtlijn 2014/94/EU. (2014, 22 oktober). Geraadpleegd van <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014L0094&from=EN>

Van Veldhoven-van der Meer, S. (2020, 7 april). *Beantwoording Kamervragen van de leden Sienot en Schonis (D66) over onduidelijke tarieven bij laadpalen voor elektrische auto's* [Kamerbrief]. Geraadpleegd van <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/kamerstukken/2020/04/07/beantwoording-kamervragen-van-de-leden-sienot-en-schonis-d66-over-onduidelijke-tarieven-bij-laadpalen-voor-elektrische-auto-s>

Wolbertus, R. & van der Ploeg, R. (2020). *Price transparency in public charging for electric vehicles*. Niet-gepubliceerd onderzoek, Hogeschool van Amsterdam en EVConsult, Amsterdam, Nederland.

TNO & Innopay (2010, 7 oktober). *Notitie Visie en Roadmap Marktmodel Laaddienstverlening Elektrisch Vervoer*. Geraadpleegd van <https://docplayer.nl/947858-Notitie-visie-en-roadmap-marktmodel-laaddienstverlening-elektrisch-vervoer.html>

## Bijlage 1: geïnterviewde partijen

### Fase 1

In de eerste interviewronde werden de concept definitie en de implementatiecriteria getoetst en is een eerste inventarisatie van knelpunten en oplossingen gedaan met de experts, de VER, DOET, de NVDE en eViolin. De resultaten hiervan zijn verwerkt in het onderzoeksrapport en in bijlage 2.

### Fase 2

Tijdens de tweede interviewronde is er dieper ingegaan op de knelpunten die mogelijk ontstaan bij de implementatie van de omschreven definitie en de bijbehorende oplossingen (juridisch, organisatorisch, financiële, governance en onafhankelijke markttoets). De resultaten hiervan staan beschreven in **Hoofdstuk 7**.

**Tabel 5: overzicht geïnterviewde partijen per fase van het onderzoek**

KLANKBORDGROEP	EXPERTS	STAKEHOLDERS
<i>Fase 1</i>	<i>Fase 1 en 2</i>	<i>Fase 2</i>
VER	Rick Wolbertus (HvA)	Engie
DOET	Ward Hagenaar	NewMotion
NVDE	Anco Hoen (CE Delft)	ANWB
eViolin		Gemeente Tilburg
		ACM
		MRA-E
		Dialogic
		LaadpasTop10

## Bijlage 2: inzichten interviews fase 1

Tijdens de interviews zijn door de verschillende experts voorstellen voor implementatiestappen gedaan. Onderstaande **tabel 6** geeft een overzicht hiervan.

**Tabel 6: Overzicht implementatiestappen**

Nr	Expert	Implementatiestap	Toelichting
1.	Anco Hoen	Klachtenloket	Een loket waar consumenten terecht kunnen als ze problemen hebben met prijstransparantie.
2.	Anco Hoen	Terugvorderingsoptie	Biedt consumenten de optie om gemakkelijk geld te kunnen claimen als andere tarieven in rekening worden gebracht dan vooraf gecommuniceerd (net als bij de NS).
3.	Anco Hoen	Handhavingscapaciteit	Voorzie in voldoende handhavingscapaciteit (publiek en/of privaat) om op te kunnen treden tegen overtreding regels prijstransparantie
4.	Anco Hoen	Monitoring	Implementeer een monitoringssysteem om te meten hoe de situatie van prijstransparantie zich ontwikkelt.
5.	Anco Hoen	Stakeholders consultatie	Organiseer een marktbrede stakeholdersconsultatie als implementatiestap om draagvlak te creëren voor de nieuwe standaard.
6.	Ward Hagenaar	Verplichting delen prijsinformatie	Stel een verplichting in voor het delen van prijs informatie die geldt voor alle aanbieders. Dit kan door middel van een API (faciliteert uitwisseling van informatie), naar analogie van PSD2.
7.	Ward Hagenaar	Prijsvergelijkingstool	Gegeven een verplichting tot delen van informatie (punt 6) kan een partij een prijsvergelijkingssite (of app) maken, waarmee consumentenprijzen per laadpaal en van verschillende laadpalen met elkaar kunnen vergelijken.
8.	Ward Hagenaar	Laden langs de snelweg	Start met implementatie van prijstransparantie regels en/of standaard bij laadpunten langs de snelweg. Daar is de hardware het meest geavanceerd. De standaard kan zich dan als een olievlek verspreiden over alle laadpunten.
9.	Ward Hagenaar	MvP	Breng de MvP in kaart. Laat zien welke partijen het nu al heel goed doen en gebruik dat als voorbeeld.
10	Ward Hagenaar	Open loop payment system	Implementeer een open loop payment system, zodat een elektrisch rijder met 1 kaart overal kan betalen (in plaats van met voor elke laaddienstverlener een aparte pas).
11	Ward Hagenaar	Actieve inmenging lokale overheden	Via aanbestedingen eisen opleggen m.b.t. prijstransparantie
12	Ward Hagenaar	Ontwikkeling consumentenverenigingen	Door subsidies groei verwacht in particulieren i.p.v. zakelijke EV-rijders, die zullen zich moeten verenigen en laten horen.
13	FastNed	Openbaar	Verplicht het publiek beschikbaar stellen van de prijs per kWh, zodat derden een kaart kunnen bouwen met alle beschikbare prijspunten.
14	Rick	Wetgeving	Leg Europese regels (Alternative Fuels Directive) vast

	Wolbertus		in nationale wetgeving (naar Duits voorbeeld). De huidige energiewetgeving past niet in de wereld van laadpalen.
15	Rick Wolbertus	Actieve handhaving ACM	Actieve handhaving door ACM op prijstransparantie is noodzakelijk. Problematiek speelt al jaren en de markt gaat dit niet uit zichzelf oplossen. Boetes schrikken af.
16	Rick Wolbertus	(1/2) Laadpaalprijs delen exploitanten → laaddienstverleners	Laaddienstverleners moeten de kosten van de laadpaalexploitant weten om dit te communiceren naar hun klanten
17	Rick Wolbertus	(2/2) Laadpaalprijs delen laaddienstverleners → consument	Met de app of op de website van jouw laaddienstverlener kunnen zien wat jij bij een bepaald laadpunt moet betalen
18	Michel Bayings	Verplichting delen informatie	Stel een verplichting in voor informatie deling tussen CPO's en MSP's. Dit kan bijvoorbeeld door partijen te verplichten gebruik te maken van OCPI module.
19	Michel Bayings	Tender discipline	Overheden moeten tender discipline toepassen. Prijstransparantie moet onderdeel worden van tender voorwaarden.
20	Michel Bayings	Handhaving ACM	De ACM moet handhaven op overtreding van prijstransparantie regels.
21	Eric van Voorden	Verplichting delen informatie	Prijsinformatie wordt niet genoeg gedeeld wordt tussen laadpaalexploitanten en laaddienstverleners. Waardoor laaddienstverleners vaak niet weten welke prijzen ze door moeten communiceren naar de klant.
22	Eric van Voorden	Draagkracht creëren/samenwerken	Model/definitie moet gedragen worden door alle partijen
23	Eric van Voorden	Handhaving ACM	De ACM moet gaan handhaven, met bijvoorbeeld boetes. Dat is de enige manier om prijstransparantie te garanderen.
24	Koos Burgman	Prijsvergelijkingsplatform	Ontwikkel een platform als LaadPastop10 waarop de verschillende prijsstructuren van marktpartijen gemakkelijk/overzichtelijk staan weergegeven en waar dus ook vergelijkingen gemaakt kunnen worden.
25	Koos Burgman	Gedragen prijstransparantie model	Overeenkomst over model/prijstransparantie (de uitkomsten van deze studie) door alle stakeholders
26	Koos Burgman	Totaalprijs zichtbaar maken	Een mooie eerste stap zijn, dat je weet welk tarief je gaat betalen
27	Koos Burgman	Zwartboek samenstellen	Zodat de ACM op basis van klachten kan gaan handhaven.