

MARKTEN

De relatie tussen consumenten en energiemarkt onder spanning

Veel huishoudens zijn tevreden met hun huidige energieleverancier. Van leverancier wisselen levert voor sommigen het perspectief van een prijsvoordeel op, maar voor anderen behelst dit het risico op het verlies van wat nu goed geregeld is. Als consumenten geïnformeerd worden dat overstappen tot vrijwel geen verlies aan zekerheden leidt, lijkt dat effectiever om inactieve consumenten in beweging te krijgen dan als ze informatie krijgen over te behalen prijsvoordelen. Overstappen is echter geen doel op zich, want sommige goed geïnformeerde consumenten nemen soms financieel ongunstige overstapbeslissingen.

MACHIEL MULDER

Hoogleraar aan de Rijksuniversiteit Groningen en specialist reguleringseconomie bij de Autoriteit Consument en Markt

Energie-uitgaven vormen een wezenlijk onderdeel van de consumptieve bestedingen. Van de bestedingen door huishoudens heeft ongeveer zes procent betrekking op verwarming en verlichting; voor onder meer eenpersoonshuishoudens ligt dat percentage nog hoger (CBS-database). Consumenten kunnen hun gas- en elektriciteitsverbruik op korte termijn moeilijk veranderen, omdat dit sterk samenhangt met woning-

kenmerken, zoals grootte en isolatie, en huishoudsamenstelling. De prijs per eenheid energie is voor een belangrijk deel evenmin door consumenten te beïnvloeden. Deze prijs bestaat uit drie hoofdcomponenten: ten eerste de prijs van het product (elektriciteit en gas), ten tweede de vergoeding voor transport en distributie en ten derde belastingen. Deze drie onderdelen maken respectievelijk ongeveer 45, 20 en 35 procent uit van de gemiddelde prijs van energie voor kleinverbruikers (ACM, 2013). De belastingen, bestaande uit energiebelastingen en accijnzen, worden door de rijksoverheid bepaald, terwijl de vergoeding voor het transport en distributie afhangt van de tariefregulering door de Autoriteit Consument & Markt (ACM). Zodoende is de prijs die consumenten voor het product energie moeten betalen de belangrijkste factor om hun energie-uitgaven enigszins te beheersen.

De elektriciteits- en gasprijzen die leveranciers hun klanten in rekening brengen, hangen mede af van de prijzen van deze energiedragers op de internationale groothandelsmarkten. Sinds 2010 is de groothandelsprijs van gas bijvoorbeeld toegenomen van circa 10 euro per MWh tot circa 25 euro per MWh in 2013, als gevolg van onder meer de toegenomen gasvraag door het sluiten van kerncentrales in Japan en Duitsland. Door integratie van de Nederlandse gasmarkt met die van de buurlanden kan steeds meer gesproken worden van een Europese gasprijs (Kuper en Mulder, 2013). Bij elektriciteit is er weliswaar ook sprake van

meer integratie tussen landen, maar hier komen nog vaak aanzienlijke prijsverschillen voor vanwege sterke verschillen in de wijze waarop de stroom wordt opgewekt en restricties op de beschikbare capaciteit voor grensoverschrijdende handel. Desalniettemin is de elektriciteitsprijs in Nederland de afgelopen jaren gedaald onder invloed van het toegenomen aanbod van onder andere windstroom uit Duitsland (Mulder en Scholtens, 2013).

Dat de groothandelsprijs in belangrijke mate de prijs bepaalt die leveranciers hun klanten in rekening brengen, geldt niet alleen voor leveranciers die niet over eigen elektriciteitscentrales beschikken, maar ook voor leveranciers die wel een eigen productiepark hebben. Twee van de drie grote leveranciers op de Nederlandse markt voor kleinverbruikers (Nuon en Essent) zijn onderdeel van concerns die ook actief zijn als aanbieder van stroom op de groothandelsmarkt (Vattenfall en RWE). Mochten deze stroomproducenten de stroom goedkoper kunnen leveren dan de vigerende elektriciteitsprijs, dan nog zal deze laatste richtinggevend voor de prijszetting op de kleinverbruikersmarkt zijn, omdat die prijs immers de opportuniteitskosten van elektriciteit weergeeft. Overigens zal die situatie zich niet snel voordoen omdat beide concerns een gemengde portfolio aan opwekkingscapaciteit hebben, inclusief centrales die geregeld de prijszettende centrales op de elektriciteitsmarkt zijn.

Ondanks de afhankelijkheid van de leveranciers van de groothandelsprijzen, bestaan er toch grote verschillen in de prijzen die leveranciers aan hun klanten in rekening brengen. Medio 2013 bedroeg het verschil tussen het goedkoopste en het duurste contract voor levering van elektriciteit aan een gemiddeld huishouden ongeveer vijftig euro op jaarbasis, wat ongeveer twintig procent is van de elektriciteitsrekening. Bij gas bedroeg het verschil ongeveer 175 euro op jaarbasis, wat ongeveer dertig procent is van de gasrekening van het gemiddelde huishouden (ACM, 2013). Bij gas kunnen huishoudens dus zowel in relatieve als in absolute zin het meeste verdienen door actief te zoeken naar het goedkoopste contract. Maar in hoeverre gedragen huishoudens zich als actieve en rationele consumenten op de energiemarkt? In hoeverre kan het consumentengedrag op de energiemarkt worden verklaard uit gedragseconomische theorieën? Zijn de consumenten in staat om zelf de optimale keuzes te maken, of is er nog een rol voor de toezichthouder weggelegd om de consumentenwelvaart te bevorderen?

ERVARINGEN MET DE ENERGIEMARKT

Kleinverbruikers van elektriciteit en gas in Nederland kunnen sinds 1 juli 2004 hun energieleverancier kiezen. De markt voor grootverbruikers was al eerder, namelijk in 1998, vrijgegeven (Zijl *et al.*, 2008). Sinds de start van de energiemarkt voor kleinverbruikers houdt de markttoezichthouder (ACM, voorheen NMa) toezicht. Dit toezicht bestaat hoofdzakelijk uit het bevorderen van de transparantie in de markt, het bewaken van de financiële soliditeit van de leveranciers en het zorgen dat de tarieven die de leveranciers in rekening brengen niet meer dan redelijk zijn. Dit laatste toezicht, dat ‘vangnetregulering’ heet, voorkomt dat de tarieven voor huishoudens niet te hoog zijn, maar het verhindert dus niet dat sommige consumenten beduidend meer voor hun energie betalen dan anderen.

Hoewel het aantal aanbieders sinds 2004 sterk is toegenomen, hebben de drie grootste aanbieders (Nuon, Essent en Eneco) nog steeds een gezamenlijk marktaandeel van meer dan tachtig procent. Buitenlandse energiebedrijven, zoals E.ON, en nieuwe ondernemingen, zoals de Nederlandse Energie Maatschappij, hebben zich wel op de Nederlandse markt begeven, maar hun marktaandeel blijft voorsnog steken op zo'n vijf procent (Marketresponse, 2013). De leverancier met het hoogste marktaandeel buiten de grote drie is Oxxio, maar dit bedrijf – ooit begonnen als dochter van het Britse Centrica – is sinds 2011 een volledige dochter van Eneco.

Kenmerken kleinverbruikers energiemarkt, in procenten

TABEL 1

	2010	2011	2012
Overgestapt naar andere leverancier sinds 2004	28	34	36
Overgestapt naar ander contract bij huidige leverancier sinds 2004	.	29	29
Weinig vertrouwen in energiemarkt	41	37	35
Tevreden met totale dienstverlening huidige leverancier	76	76	79
Prijsoverwegingen spelen geen rol bij overstapbeslissingen	46	38	34
Energieprijs wordt als “erg hoog” beschouwd	11	14	17
Tenminste eenmaal overgestapt bij zorgverzekeringen sinds 2006	22	27	31

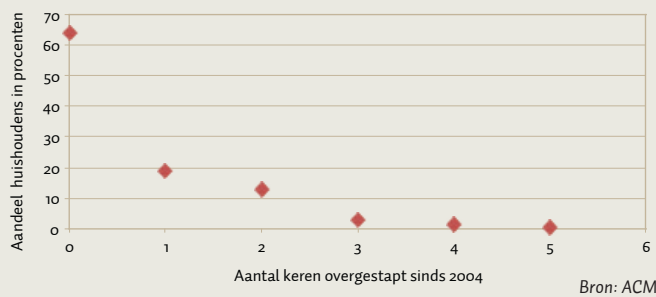
Ondanks de tamelijk stabiele structuur van de markt komen consumenten langzamerhand meer in beweging. Het percentage huishoudens dat in een jaar overstapt naar een andere leverancier bedroeg in 2013 ongeveer dertien procent, waar dat in 2006 nog ongeveer zes procent was. In 2010 was 28 procent van alle huishoudens minimaal één keer overgestapt van energieleverancier en in 2012 was dat gestegen naar 36 procent (tabel 1). Een klein percentage van alle huishoudens is meer dan één keer sinds 2004 van leverancier veranderd (figuur 1). Uit tabel 1 blijkt ook dat het percentage huishoudens dat minimaal één keer van energieleverancier is gewisseld weliswaar hoger is dan het percentage overstappers in de markt voor zorgver-

zekeringen, maar in die markt bestaat de keuzevrijheid voor consumenten minder lang. Deze gegevens impliceren dat nog steeds ruim zestig procent van de huishoudens nog nooit van energieleverancier veranderd is. Voor de Britse markt wordt overigens een vergelijkbaar percentage gevonden, en daar is overstappen al sinds 1998 mogelijk (Ofgem, 2011). Deze huishoudens vormen de grote groep van inactieve energieconsumenten. Een deel van deze huishoudens is overigens wel eens van contract gewisseld bij hun huidige leverancier.

Desondanks blijven er grote verschillen in het gedrag van huishoudens op de energiemarkt. Deze gedragsverschillen hangen mogelijk samen met verschillen in hoe men tegen de energiemarkt aankijkt. Uit onderzoek door ACM blijkt dat ongeveer een derde van de kleinverbruikers geen vertrouwen heeft in een goed functioneren van deze markt (figuur 2). Dit percentage is sinds 2010 overigens wel afgenomen. Opvallend is ook dat een flink deel (79 procent) van de consumenten tevreden is met de dienstverlening door de huidige leverancier. Voor de Britse markt wordt overigens een vergelijkbaar percentage (77 procent) gevonden (Ofgem, 2011). Deze tevredenheid kan een reden zijn waarom een grote groep huishoudens niet van leverancier verandert, ondanks de te behalen prijsvoordelen. Een kleine groep (tien procent) heeft geen vertrouwen in de informatievoorziening door energiebedrijven, terwijl ongeveer de helft daar neutraal tegenover staat. Van de consumenten die door energiebedrijven zijn benaderd om over te stappen, is ongeveer een derde niet te spreken over de benaderingswijze. Wanneer men eenmaal is overgestapt, dan is de meerderheid (zeventig procent) tevreden met die beslissing.

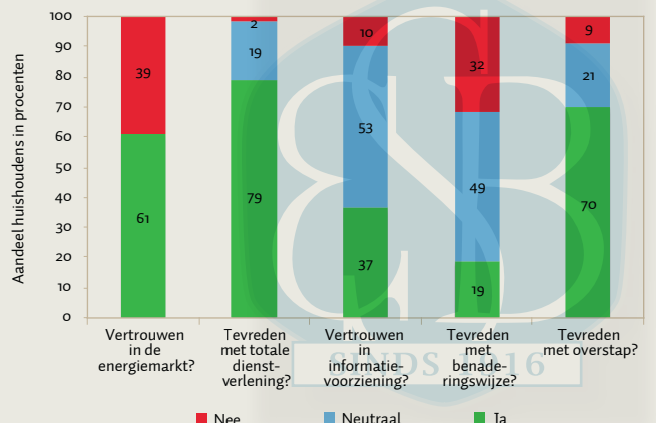
Verdeling huishoudens in 2012 naar aantal keren overgestapt sinds 2004

FIGUUR 1



Tevredenheid van huishoudens met energiemarkt, 2012-2013

FIGUUR 2



OVERSTAPPEN

Het beeld rijst op dat uitgaven voor gas en elektriciteit een substantieel onderdeel vormen van de totale consumptieve bestedingen door huishoudens, dat huishoudens deze uitgaven kunnen drukken door gunstiger contracten met leveranciers af te sluiten, maar dat meer dan de helft van de huishoudens tot dusverre nog nooit van leverancier is veranderd. Welke verklaringen kunnen voor dit ogenschijnlijk irrationele gedrag worden gegeven?

Om meer zicht te krijgen op de redenen waarom consumenten al dan niet overstappen, wordt gebruikgemaakt van de gegevens uit het onderzoek dat ACM periodiek onder een steekproef van energieconsumenten

ten laat uitvoeren. In dit onderzoek wordt een representatieve groep van huishoudens gevraagd naar hun ervaringen met en hun visie op de consumentenmarkt voor energie. Door middel van een Tobit-regressie-analyse wordt onderzocht in hoeverre de beslissing om al dan niet over te stappen verklaard kan worden uit hoe consumenten tegen de energiemarkt aankijken. De afhankelijke variabele is het aantal keren dat een huishouden sinds 2004 van energieleverancier is veranderd. Bij een Tobit-regressie kan de afhankelijke variabele geen waarden lager dan 0 (of lager dan een andere waarde naar keuze) aannemen. Te verwachten is dat deze variabele negatief samenhangt met wantrouwen tegenover de energiemarkt en tevredenheid met de huidige situatie. Beide aspecten kunnen geïnterpreteerd worden in termen van verliesaversie vanuit de gedragseconomie, wat wil zeggen dat mensen een verlies zwaarder laten wegen dan een even grote winst. Bovendien kan worden verwacht dat overstapbeslissingen negatief samenhangen met verwachte overstapkosten. De omvang van het energiegebruik en het hebben van een somber beeld over de hoogte van de energieprijzen kunnen stimulansen zijn voor huishoudens om actiever op de consumentenmarkt te zijn, omdat de verwachte opbrengsten voor hen dan mogelijk groter zijn. Huishoudens die daarentegen financiële aspecten van ondergeschikt belang vinden, zijn naar verwachting minder actief. Ervaring op andere markten, zoals de markt voor zorgverzekeringen, kan maken dat huishoudens ook actiever op de energiemarkt zijn. Het overstapgedrag op de zorgverzekeringsmarkt wordt gebruikt als indicator voor de geneigdheid van huishoudens om zich als actieve consument op te stellen.

De regressieanalyse is gedaan voor elk van de jaren 2010, 2011 en 2012 om te onderzoeken hoe robuust de effecten in de loop der tijd zijn. Wantrouwen van huishoudens tegenover de energiemarkt blijkt in geen van deze jaren een significante invloed te hebben op de overstapbeslissing (tabel 2). De mate van tevredenheid blijkt in 2012 wel van sterke invloed te zijn op die beslissing: huishoudens die aangeven tevreden te zijn met de totale dienstverlening van de huidige leverancier, zijn gemiddeld 0,77 keer minder vaak overgestapt sinds 2004. De gepercipieerde overstapkosten blijken een belangrijke reden te zijn om niet van leverancier te veranderen. Weliswaar is de coëfficiënt in de regressie klein, maar deze moet gerelateerd worden aan de variabele 'gepercipieerde overstapkosten' die gemiddeld bijna 200 euro bedragen, met als minimum 0 en als

maximum bijna 1000 euro. Een toename in deze overstapkosten van 100 euro leidt gemiddeld tot 0,1 tot 0,3 keer minder vaak overstappen. De gepercipieerde overstapkosten zijn gemeten door de huishoudens te vragen hoe groot het prijsvoordeel minimaal moet zijn om over te stappen. Deze overstapkosten staan voor de moeite die huishoudens denken te moeten doen om tot een afgewogen beslissing te komen en voor het gedoe dat men vreest bij de afwikkeling van de overstap. Uit de modelschattingen blijkt ook dat huishoudens met een groter energiegebruik eerder geneigd zijn over te stappen dan andere huishoudens: wanneer de jaarlijkse energiekosten 100 euro hoger zijn, is men sinds 2004 gemiddeld 0,2 tot 0,4 keer vaker overgestapt. De perceptie over de hoogte van de energieprijzen blijkt echter niet van invloed op de beslissing om over te stappen.

Een deel van de huishoudens heeft laten weten dat de beslissing om al dan niet over te stappen in het geheel niet afhangt van de te behalen prijsvoordelen. Uit de regressie blijkt dat huishoudens waarvoor dit geldt significant (gemiddeld 0,8 tot 1,8 keer) minder

Overstapbeslissing (aantal malen overgestapt sinds 2004) verklaard¹

TABEL 2

Verklarende variabelen	2010	2011	2012
Wantrouwen tegenover energiemarkt	0,13	0,02	-0,29
Tevreden met huidige leverancier	0,05	0,36	-0,77***
Gepercipieerde overstapkosten (in euro)	-0,003***	-0,002***	-0,001**
Omvang energiegebruik (in euro)	0,002	0,002*	0,003*
Beschouwt energieprijzen als "erg hoog"	-0,2	0,39	0,33
Niet-financiële oriëntatie ²	-1,76***	-0,82***	-1,37***
Aantal keren overgestapt bij zorgverzekering	0,34***	0,33***	0,31***
Constante	-0,08	-0,36	0,4
R ²	0,07	0,03	0,04
Aantal waarnemingen	335	447	485

¹ Alle verklarende variabelen zijn dummyvariabelen, tenzij anders vermeld.

² Huishoudens zijn niet financieel georiënteerd als zij aangeven dat prijs geen rol speelt bij overstapbeslissingen.

*/**/*** Significant op respectievelijk tien-, vijf- en éénprocentniveau

Gedragseconomische verklaringen voor gedrag Britse energieconsumenten

TABEL 3

Gedrag	Verklaring
70 procent van de consumenten vindt aangeboden contracten verwarrend; gebruik van vuistregels om keuzes te maken	Beperkte informatieverwerking
85 procent vindt overstappen eenvoudig, maar 60 procent is nog nooit overgestapt; 77 procent is tevreden met huidige leverancier	Status quo tendens
58 procent van niet-overstappers vreest problemen bij overstappen	Verliesaversie
Sommige consumenten tonen zich gevoelig voor aanbiedingen, waardoor ze voor de lange-termijn ongunstige contracten kiezen	Tijdsinconsistentie

Bron: Ofgem, 2011

zijn overgestapt dan huishoudens die het te behalen financiële voordeel wel laten meewegen. Het percentage huishoudens waarvoor dit geldt, is in de afgelopen jaren overigens wel gedaald (tabel 1). Tot slot blijkt dat huishoudens die actief zijn op de markt voor zorgverzekeringen – dat wil zeggen dat ze wel eens van zorgverzekeraar zijn veranderd – ook op de energiemarkt vaker (gemiddeld 0,3 keer) van leverancier zijn veranderd. Dit illustreert dat de overstapbeslissing mede afhangt van de persoonskenmerken van een huishouding, te weten de geneigdheid van consumenten om zich als een actieve consument te gedragen. De verklaaringskracht van het gehele model, gemeten via de R^2 , is overigens niet groot, wat erop duidt dat er nog andere belangrijke variabelen zijn die het overstapgedrag verklaren. Deze aanvullende variabelen moeten mogelijk gezocht worden in de hoek van de gedragseconomie (Ofgem, 2011).

Per saldo komt uit deze regressieanalyse het beeld naar voren dat sommige huishoudens zich wel degelijk door financiële overwegingen laten leiden bij hun beslissingen op de energiemarkt, maar dat er ook huishoudens zijn waarvoor dergelijke overwegingen niet relevant zijn. Tevredenheid met de huidige leverancier is een factor die meespeelt bij het niet-veranderen van leverancier, ook al zijn er wellicht prijsvoordelen te be-

halen. Een andere factor is de perceptie van de hoogte van de overstapkosten. Huishoudens die deze kosten hoog inschatten, blijven vaker zitten bij de leverancier die ze al hebben.

IRRATIONELE ENERGIECONSUMENTEN

Het gegeven dat een aanzienlijke groep consumenten ogenschijnlijke prijsvoordelen laat liggen, heeft dus te maken met de als hoog gepercipieerde overstapkosten, het tevreden zijn over hoe goed de huidige energielevering is geregeld en het feit dat men eventuele financiële voordelen niet van belang vindt bij de keuze van de energieleverancier. Deze factoren hangen deels onderling samen, want ze duiden – zo blijkt uit de toelichtingen die de respondenten bij hun antwoorden hebben gegeven – op zorgen bij consumenten dat bij een overstap van leverancier de ongestoorde energielevering in het geding is, terwijl er ook allerlei administratieve problemen kunnen optreden. Dat een betrouwbare energielevering door velen hoog wordt gewaardeerd, blijkt bijvoorbeeld ook uit het onderzoeksgegeven dat vrijwel niemand een stroomstoring acceptabel vindt die langer duurt dan drie uur (Blauw Research, 2012).

De bezorgdheid bij een groep huishoudens over de mogelijke gevolgen van een overstapbeslissing kan misschien verklaard worden uit ‘verliesaversie’: deze consumenten wegen een mogelijk verlies zwaarder dan een mogelijk voordeel. De lessen voor het toezicht zijn evident: om deze consumenten te bewegen om actiever op de energiemarkt te worden, moeten niet zozeer de te behalen prijsvoordelen worden belicht, maar moet helderder worden gemaakt dat het risico een betrouwbare levering te verliezen verwaarloosbaar is. De ervaring leert immers dat het risico van overstappen vrijwel nihil is wat energielevering betreft. Mocht de leverancier failliet gaan, dan hebben netbeheerders in Nederland de wettelijke plicht niet alleen voor continuïteit in de energielevering te zorgen, maar moeten ze ook het leveringscontract van de failliete leverancier overnemen.

Wanneer consumenten actiever worden op de energiemarkt, wil dat overigens niet zeggen dat ze dan ook ten volle van de te behalen prijsvoordelen gaan profiteren. Onderzoek van Wilson en Waddams Price (2010) onder Britse energieconsumenten laat zien dat circa twintig procent van hen na de overstap financieel slechter af is dan vóór de overstap. Slechts een klein deel van de overstapbeslissingen die leiden tot verslechtering van de financiële voorwaarden is het

gevolg van agressief verkoopgedrag door leveranciers, waardoor consumenten te snel ingaan op een voor hen onaantrekkelijk aanbod. Een groot deel van deze foutieve overstapbeslissingen moet toegeschreven worden aan verkeerde beslissingen door de huishoudens zelf als gevolg van onachtzaamheid en geen goede verwerking van de beschikbare informatie. De consumenten die wel een voordeel behaalden door over te stappen naar een ander contract, blijken gemiddeld minder dan vijftig procent van het potentiële voordeel te realiseren. Deze conclusies worden bevestigd door onderzoek van de Britse toezichhouder, die verschillende gedrags-economische verklaringen vindt voor het feitelijke gedrag van energieconsumenten (tabel 3). Per saldo leren de Britse ervaringen ons dat ook als consumenten toegang hebben tot alle relevante informatie, een vrij grote groep huishoudens er niet in slaagt om de beste keus te maken in termen van prijsvoordeel.

CONCLUSIE

Men kan voor het toezicht twee conclusies trekken. De eerste is dat energie voor huishoudens van groot belang is, niet alleen vanwege het aandeel van energie-uitgaven in de totale consumptieve uitgaven (gemiddeld ongeveer zes procent), maar ook omdat men hecht aan een ongestoorde levering. De gehechtheid aan de bestaande energieleveringssituatie en de vrees voor gedoe bij het overstappen zijn factoren waarom een groot deel van de huishoudens nog nooit van energieleverancier is gewisseld. Deze factoren kunnen als vormen van 'verliesaversie' worden gezien. Het lijkt effectiever deze huishoudens duidelijk te maken dat overstappen zonder risico's verloopt om ze te stimuleren actieve energieconsumenten te worden, dan hen te informeren over de te behalen prijsvoordelen, aangezien ze voor dat laatste minder gevoelig zijn.

De tweede conclusie die naar voren komt, is dat overstappen geen doel op zich is. Uit Brits onderzoek is gebleken dat relatief veel overstapbeslissingen aldaar voor de consumenten niet goed uitpakken, ook al proberen ze de beste keuze te maken. Vergelijkbare conclusies zijn te vinden in gedragseconomische studies naar de rationaliteit van consumentenbeslissingen (Faure en Luth, 2011). De bevindingen in de Britse energiemarkt zijn mogelijk niet geheel te vertalen naar de Nederlandse situatie, waar – via prijsvergelijkingswebsites en het toezicht daarop – op het terrein van transparantie al veel bereikt is. Dat neemt echter niet weg dat ook op de Nederlandse energiemarkt consu-

menten verkeerde beslissingen kunnen nemen. Het risico daarop kan verminderd worden door de informatie over zowel (prijs)voordelen als de kosten van overstappen zo transparant mogelijk te maken en contractvoorwaarden zo veel mogelijk te standaardiseren, zodat aanbiedingen van leveranciers beter te vergelijken zijn (Ofgem, 2011). Het volledig wegnemen van dat risico zal echter vooralsnog onmogelijk zijn in een markt met een homogeen product, waarbij aanbieders zich alleen via hun leveringscontracten kunnen onderscheiden, terwijl consumenten beperkte mogelijkheden hebben om informatie in optimale beslissingen te vertalen. Opdat consumenten tot goede keuzes komen, kan het toezicht op de energiemarkt daarom beter de transparantie zoveel mogelijk bevorderen en de keuzemogelijkheden vereenvoudigen, dan de consumenten te proberen via 'nudges' tot overstappen te bewegen – wat mogelijk tot verkeerde keuzes leidt en de consumentenwelvaart dus verlaagt.

LITERATUUR

- ACM (2013) *Tendrapportage marktwerking en consumentenvertrouwen in de energiemarkt. April en november*. Den Haag: Autoriteit Consument & Markt.
- Blauw Research (2012) *Waarderingen stroomonderbrekingen 2012*. Rotterdam: Blauw Research BV.
- Kuper, G. en M. Mulder (2013) *Cross-border constraints, institutional changes and integration of the Dutch-German gas market*. SOM Research Report, 004.
- Faure, M.G. en H.A. Luth (2011) *Behavioural economics in unfair contract terms: cautions and considerations*. *Journal of Consumer Policy*, 34(3), 337–358.
- MarketResponse (2013) *Stand van zaken op de energiemarkt; onderzoek energiemarkt consumenten*. Juli. Leusden: MarketResponse Nederland BV.
- Mulder, M. en L.J.R. Scholtens (2013) *The impact of renewable energy on electricity prices in the Netherlands*. *Renewable Energy*, 57(september), 94–100.
- Ofgem (2011) *What can behavioural economics say about GB energy consumers?* Londen: Office of Gas and Electricity Markets.
- Wilson, C.M. en C. Waddams Price (2010) *Do consumers switch to the best supplier?* *Oxford Economic Papers*, 62(4), 647–668.
- Zijl, G., R. Haffner en M. Mulder (2008) *Energiemarkten laten werken; een onvoltooide missie*. In: NMa, *Trust en antitrust; beschouwing over 10 jaar mededingingswet en 10 jaar NMa*. Den Haag: Nederlandse Mededingingsautoriteit.