

Alles wat u moet weten voordat u een energiecontract afsluit

Het jaar 2022 noteerde de hoogste energieprijzen in de wereldgeschiedenis. Contracten afsluiten was zo goed als onmogelijk, prijzen waren extreem hoog en ondernemers vreesden voor hun bestaan. Sinds dit jaar zijn de energieprijzen weer wat gedaald. Leveranciers bieden langzaam weer producten aan en accepteren nieuwe klanten. Ongetwijfeld wordt u regelmatig gebeld door aanbieders die het nog beter met u voor hebben dan anderen.

WAAR MOET U OP LETTEN VOORDAT U EEN CONTRACT AFSLUIT?

1. Kijk naar het type product. Wat sluit u precies af. Een variabel product met een lange looptijd? Een vaste prijs bij een prijsvechter zonder reserves?
2. Kijk naar de leverancier. Sommige leveranciers hebben de administratieve zaken slecht op orde, andere staan er financieel slecht voor, weer andere bestaan net een paar maanden.

3. Wanneer sluit u iets af? Veel ondernemers hebben bijvoorbeeld de € 3,50 per m³ gas nog vers in het geheugen zitten. In Q4 vorig jaar leek € 1 per m³ voor de komende 5 jaar een prima keuze, nu is dat alweer 50% te duur voor 5 jaar lang. Kijk goed naar de markt voordat u ergens een klap op geeft. Een oude beurswijsheid leert: "never catch a falling knife".
4. Variabel is geen variabel. Sinds het prijsplafond zijn variabele prijzen onbetaalbaar. Vergis u niet, er is ook een slimme variant in de variabele keus, dat is de dagmarkt. Die deed het vorig jaar en dit jaar het beste.
5. Hetzelfde product, andere naam. Veel ondernemers vragen naar het verschil tussen dynamische energieprijzen, spotprijzen, inkopen op de dagmarkt, een koppeling op de EPEX. Kort samengevat, allemaal hetzelfde maar een slimme truc van marketeers om u te verleiden.

6. Kijk naar bandbreedtes. Veel energieleveranciers versoberen hun algemene voorwaarden omdat ze geleerd hebben van de gekte in deze markt.
7. Stel, u gaat verduurzamen, wat betekent dat voor uw contract? Kan dat voor problemen zorgen?
8. Heeft u zonnepanelen? Hoe saldeert uw leverancier per uur, per maand of per jaar?

Twijfelt u om een contract af te sluiten of heeft u geen zin u erin te verdiepen? Heeft u hulp nodig bij een goede keuze of vergelijk? Vraag dan kosteloos en vrijblijvend advies bij Vakcentrum Energiecollectief via reactie@vakcentrum.nl

Aangescherpte reclamecode biedt actuele regels voor verantwoorde duurzaamheidsclaims

Onlangs is de Code voor Duurzaamheidsreclame in werking getreden. De code is onderdeel van de Nederlandse Reclame Code, die voorschrijft hoe op verantwoorde wijze reclame gemaakt kan worden. De nieuwe code moet zorgen voor extra duidelijkheid voor consumenten en misinterpretatie of misleiding voorkomen.

De Code is van toepassing op alle reclame-uitingen waarin im- of expliciet wordt gerefereerd aan duurzaamheidsaspecten. Duurzaamheid heeft geen vastomlijnde betekenis en wordt in het huidige maatschappelijke verkeer gebruikt als paraplu-begrip, waaronder milieuaspecten, aspecten van klimaat, dierenwelzijn, biodiversiteit, arbeids- en leefomstandigheden, eerlijke handel en het tegengaan van verspilling kunnen vallen.

Duurzaamheidsaspecten kunnen verbonden zijn aan de gehele levenscyclus van producten of activiteiten, zoals de productie (inclusief grondstofverwerking), distributie, levering, opslag, consumptie of afvalverwerking. Ook

kan het gaan om reclame waarin verwezen wordt naar de missie of toekomstplannen van een adverteerder, of de bijdrage aan het handhaven en bevorderen van duurzaamheid in het algemeen.

EXTRA DUIDELIJKHEID VOOR CONSUMENTEN

Voor de consument is niet altijd duidelijk wat er met claims als 'duurzaam' of 'verantwoord' wordt bedoeld. Daarom moet dit door de adverteerder in zijn reclame-uitingen specifiek worden gemaakt. En claims moeten met actueel bewijs kunnen worden onderbouwd. Omdat het begrip duurzaam niet alleen betrekking kan hebben op het milieu, maar ook op bijvoorbeeld dierenwelzijn of arbeidsomstandigheden, geldt de code voor zowel milieucclaims als ethische claims.

Voor de gemiddelde consument moet direct duidelijk zijn waar de duurzaamheidsclaim betrekking op heeft en wat de duurzaamheidsclaim betekent. In een uiting waarin de term 'duurzaam', of een andere nader in te vullen term zoals 'groen', 'eerlijk', 'verantwoord',

'schoon', 'eco', of 'beter voor het milieu' wordt gebruikt, dient in de uiting duidelijk te worden gemaakt welke specifieke invulling de adverteerder aan het begrip geeft. Zonder deze informatie is de gemiddelde consument in het algemeen onvoldoende in staat een geïnformeerd besluit over een transactie ten aanzien van het aangeprezen product te nemen, omdat het begrip geen vastomlijnde betekenis heeft.

Misleiding kan niet alleen ontstaan door feitelijke mededelingen, maar ook door andere aspecten, zoals afbeeldingen, kleurgebruik, logo's of keurmerken, of juist door het ontbreken van informatie of waarschuwingen. Het gaat uiteindelijk om de totale indruk die de reclame-uiting wekt.

Lees meer over de Code voor Duurzaamheidsreclame en andere reclamecodes op onze website:

www.vakcentrum.nl/consumentenrecht