

kort ingaat op dat onderzoek en met, zoals door criticiasters wordt beweerd, dat hij mensen aanraadt over te stappen naar de Nederlandse Energie Maatschappij.

De Hond: "Zoiets zal ik nooit zeggen, omdat daarmee mijn geloofwaardigheid als marktonderzoeker zou worden ondermijnd." In zijn onderzoek kwam De Hond tot de slotsom dat op de energiemarkt het aanbod weliswaar niet veel van elkaar verschilt, maar dat er toch redelijk grote prijsverschillen zijn.

"Het overgrote deel van de consumenten heeft daar onvoldoende besef van en blijft bij zijn huidige energieaanbieder. Dat is toch opmerkelijk."

De Nederlandse Energie Maatschappij heeft De Hond alle relevante informatie ter beschikking gesteld om zijn onderzoek te

bieders is en wat zij denken over de prijsstelling in de markt. De Hond: "Daaruit bleek dat het overgrote deel van de ondervraagden dacht, dat er geen of nauwelijks prijsverschillen zijn tussen de verschillende energieaanbieders."

Intrigerend

Intrigerend noemt De Hond het dat er enerzijds vrij forse prijsverschillen zijn tussen aanbieders en anderzijds, dat de meeste consu-

aanbieders volstrekt ondoorzichtig zijn voor consumenten. Men begrijpt niet wat en waarvoor men betaalt. Uit de rekeningen blijkt ook niet hoe het totaalbedrag dat mensen betalen nu precies is opgebouwd."

De Hond spreekt zijn verbazing uit over hoe het mogelijk is, dat er een prijsverschil van 15 procent ligt tussen de duurste en goedkoopste aanbieder, terwijl afnemers denken dat dat verschil vrijwel



Marktonderzoeker Maurice de Hond: "Energieconsumenten begrijpen niet wat en waarvoor ze betalen."

genereerde energiemarkt is daarom geen sprake, want door het nodeloos complex en ondoorzichtig maken van berekeningen blokkeer je het effectief functioneren van zo'n markt. Pas als consumenten echt goed inzage krijgen in wat en waarvoor zij betalen, begrijpen zij dat er in veel gevallen wel degelijk behoorlijk valt te besparen door over te stappen naar een andere energieleverancier." ■

Atoomstroom geeft met keuze voor kernenergie statement af

Vorig jaar begon Sjf Peeraer met zijn bedrijf Atoomstroom, de eerste en enige aanbieder van nucleaire energie op de Nederlandse energiemarkt. "Het geeft mij een geweldige impuls als ik critici over de streep kan trekken."

Aan elke vorm van duurzame energie kleven nadelen, maar aan kernenergie het minst, zegt Peeraer. Hij noemt zichzelf een bevlogen, recalcitrante ondernemer en een pleitbezorger van duurzame energie. "Daarom ook ben ik een bedrijf begonnen dat nucleaire stroom levert. Er bestaan allerlei fabeltjes over kernenergie en de discussie om nu wel of geen kerncentrales te bouwen, wordt gedomineerd door emotie en veelal niet door rationele componenten. Ik wil mensen ervan overtuigen, dat nucleaire energie een hele schone en duurzame vorm van energie is. Niet omdat ik zo nodig missiewerk wil verrichten, maar wel omdat ik als ondernemer groepotentie zie in kernenergie."



Sjf Peeraer (Atoomstroom): "Een Nationale Overstapdag kan zorgen voor meer beweging op de energiemarkt."

verancier. Er ligt dus nog enorm veel potentieel. De mensen die wel overstappen zijn vaak dezelfde mensen die eerder zijn overstapt, omdat ze in de gaten hebben dat er voordeel mee valt te behalen."

Peeraer heeft in dat kader onlangs het plan geopperd voor een Nationale Overstapdag. "Als nieuw lid van brancheorganisatie EnergieNed heb ik EnergieNed gevraagd om dat idee te gaan promoten in Den

Haag. Een Nationale Overstapdag kan zorgen voor meer beweging op de energiemarkt. Er zijn nog veel te veel mensen die angstig zijn om over te stappen. Ze weten niet hoe dat in zijn werk gaat en dat zij ook bij een andere energieleverancier gewoon verzekerd zijn van de levering van gas en stroom. Wat dat betreft is het goed, dat de Nederlandse Energie Maatschappij mensen erop wijst dat ze heel gemakkelijk van leverancier kunnen switchen. Er gebeurt daarvoor iets in de markt."

Vuist maken

Mensen die zich niet voelen aangesproken door de Nederlandse Energie Maatschappij zijn bij Atoomstroom beter op hun plaats, meent Peeraer. "Wij richten ons niet primair op een lage prijs, maar vooral op mensen die graag een statement af willen geven. Mensen die voor Atoomstroom kiezen, kiezen heel bewust voor kernenergie en dat statement geven zij af door klant bij ons te worden."

Er is een aantal redenen om voor Atoomstroom te kiezen, zegt Peeraer. "Een van de redenen is dat je hoopt dat kernenergie meer aandacht krijgt en dat een bedrijf als Atoomstroom groter wordt, zodat het een

vuist kan maken. In die zin kun je ons beschouwen als een soort beweging. Maar we zijn ook een kleine club met heel korte lijnen en dus heel laagdrempelig voor onze klanten. De derde reden is prijs. We zijn gunstig geprijsd, hoewel dat niet ons belangrijkste wervingsinstrument is."

Meer ratio

Peeraer zet zich in, zoals hij zelf zegt, om meer ratio in de discussie over de Nederlandse energievoorziening te brengen.

"Ik vind dat die nu vooral op emotie is gebaseerd. Daardoor ook blijft kernenergie onderbelicht. En dat tot ongenoegen van veel Nederlanders die wel inzien dat kernenergie een heel goede, duurzame optie is. Je moet dan vooral kijken naar hoogopgeleide mannen die het erg jammer vinden, dat emotie en irrationaliteit de boventoon voeren in de discussie over kernenergie. Die groep vormt een belangrijk deel van ons klantenbestand."

Atoomstroom is in zekere zin ver-

gelijkbaar met Greenchoice dat ook een one product company is, zegt Peeraer.

"Greenchoice richt zich op mensen die vinden dat er meer groene stroom zou moeten komen. Feitelijk kun je onze propositie vergelijken met die van Greenchoice, maar dan op andere gronden. Die gronden zijn dat je een maatschappelijk verantwoorde keuze maakt door voor nucleaire energie te kiezen en dat je daarmee een signaal wilt afgeven." ■

Omstreden discussie kernenergie bron van free publicity voor Atoomstroom

Hoe brengt Atoomstroom zijn nucleaire stroom voor het voetlicht? Directeur Sjf Peeraer: "Tot voor kort hadden we alleen nog elektriciteit in ons aanbod, nu leveren we ook gas. Dat stelt ons in staat om meer kaabaal te gaan maken. Tot nog toe hebben we ons vooral warmgelopen." Doordat kernenergie nog steeds ter discussie staat, genereert dat nu juist een hoop free publicity voor Atoomstroom, zegt Peeraer. "Daarnaast benaderen we heel doelgericht de groep mensen die voor ons interessant is. Dat betekent dat we op een beperkt aantal plekken opereren. We adverteren bijvoorbeeld in een blad als Elsevier Magazine. Een ander kanaal is dat we spreken op bijeenkomsten van geïnteresseerden. Op die manier willen we graag een discussie verder in gang zetten, maar dan wel een discussie op basis van argumenten."

Peeraer verwacht, dat Atoomstroom voorlopig nog een nichespeler zal blijven. Het geeft hem een geweldige stimulans als hij criticiasters van kernenergie weet te overtuigen van hun ongelijk. "Als die mensen zich vervolgens bij ons aanmelden als klant, dan ervaar ik dat als een geweldige overwinning", zegt hij. "En dat houdt mij strijdlustig als ondernemer."

Beperkt

Peeraer is van mening dat de marktwerking op de energiemarkt nog erg beperkt is. 60 à 70 procent van de huishoudens is nog nooit overstapt naar een andere energieleverancier, zegt hij. "Die mensen zitten uit conservatisme of desinteresse nog steeds bij hun oude energiele-