



Kortingsbon energiezuinige koelkast/wasmachine

Discussienota

Kortingsbon energiezuinige koelkast/wasmachine

Kort(ingsbon) samengevat	2
Doelgroep breidt uit, kortingsbon te onbekend	3
Waardevol, verfijning welkom	3
a) <i>Bon onmiddellijk afleveren, inspelen op spoedaankoop</i>	4
b) <i>Slechts helft aangevraagde kortingsbonnen ingeruild</i>	5
c) <i>Uitbreiden naar andere aankopen?</i>	5
Gespreksagenda	6

Kort(ingsbon) samengevat

In de zaak Ombudsdienst 2021-0310 ontvangen twee kwetsbare gezinnen elk 150 euro korting op hun aankoop van een energiezuinige wasmachine.

Zij krijgen dat bedrag begin februari 2021 terugbetaald in de winkel waar ze vele maanden eerder een wasmachine kochten, ter vervanging van een oud defect toestel.

Deze discussienota heeft niet zozeer betrekking op de bemiddeling van de Vlaamse Ombudsdienst die leidde tot die terugbetaling van 150 euro.

Deze discussienota is wel een gespreksopener over de kortingsbon van 150 euro bij aankoop van een energiezuinige koelkast of wasmachine – een waardevolle energiemaatregel van de Vlaamse overheid.

De discussienota vertrekt bij de administratieve lijdensweg van beide gezinnen, die startte op het ogenblik dat ze zich hadden voorgenomen om hun 150 euro korting te ontvangen via zo'n kortingsbon van de Vlaamse overheid.

Geen van beide gezinnen heeft de kortingsbon uiteindelijk gebruikt.

En dat komt in essentie toch omdat het te lang wachten was op de bon in de nochtans zeer courante situatie van een defecte koelkast of wasmachine, die gezinnen onmiddellijk wensden te vervangen.

Doelgroep breidt uit, kortingsbon te onbekend

We starten bij de doelgroep. Nog wat onderbelicht vandaag, is het effect van een recente federale corona-maatregel, die de energiefactuur van kwetsbare gezinnen wil verlichten voor de periode 1 februari 2021 tot en met 31 december 2021.

Een afgeleide van die federale maatregel is dat zo ook de doelgroep van de kortingsbon uitgebreid wordt.

Voor Vlaanderen betekent dit dat nu 430.000 consumenten in aanmerking komen voor de kortingsbon, tegen 215.000 eerder.

Wel voegt de Vlaamse Ombudsdienst daar meteen aan toe dat het geenszins voor de hand ligt dat de nieuwe rechthebbenden (tijdig) zullen weten dat ze recht hebben op de kortingsbon.

Immers, de cijfers rond het gebruik van deze bon lijken nu al meer dan tien jaar voor zich te spreken. In de periode 2017-2019 waren er jaarlijks slechts zo'n 5.000 omgeruilde kortingsbonnen.

In bedragen uitgedrukt, is dit jaarlijks 750.000 euro aan kortingen (gefinancierd via doorrekening in de energiefacturen).

Waardevol, verfijning welkom

In wat volgt, schetst deze discussienota enkele onderwerpen voor een beleidsgesprek over deze kortingsbon. Het gesprek zal vanzelfsprekend ook worden gevoerd met de doelgroep en tegen de achtergrond van nog bredere discussies rond het organiseren van solidariteit via de energiefactuur. Voorts heeft de Vlaamse Ombudsdienst het al vaak herhaald: bij steunmaatregelen op aanvraag, die relatief geïsoleerd staan in het administratief systeem, zijn er telkens vergelijkbare klachtenbeelden.

Hiervoor ging het al over de onbekendheid van de kortingsbon, maar hierna komen nog enkele andere klassieke valkuilen aan bod. Tegelijk maakt de discussienota er eveneens een punt van om positieve vaststellingen te benoemen rond dit waardevol beleidsinstrument.

We starten bij de praktijk. Wie zo'n bon wenst, moet daarvoor terecht bij Fluvius (door de Vlaamse overheid belast met de praktische organisatie van deze energiemaatregel).

<https://www.vlaanderen.be/kortingsbon-voor-beschermde-afnemers-bij-aankoop-van-een-energiezuinige-wasmachine-of-koelkast>

Op de website van Fluvius, staan vijf voorwaarden als "belangrijk om weten" bondig opgesomd:

- *De kortingsbon moet je aanvragen vóór de aankoop van het toestel*
- *De bon is op naam, strikt persoonlijk en niet overdraagbaar*
- *Per aangekocht toestel kan je slechts één kortingsbon gebruiken*
- *We kennen jaarlijks maximum 2 bonnen per gezin op hetzelfde adres toe*
- *Hou rekening met een minimum levertermijn van 2 weken voor het bezorgen van de kortingsbon*

Drie beschouwingen bij deze vijf punten.

Eén. De bon aanvragen kan online of met een aanvraagformulier. De Vlaamse Ombudsdienst kan daar begrip voor opbrengen, al is het bekend dat een online aanvraag een hoge horde is. De minder digitaalvaardige consument is dan aangewezen op een afspraak in een Fluvius-kantoor of op hulp van een bereidwillige tussenpersoon.

Twee. De aanvraag moet vergezeld gaan van een bewijs dat men beschermd afnemer is. Doorgaans betekent dit een extra inspanning om een attest te krijgen vanwege de instellingen die een bepaald statuut toekennen. De Vlaamse Ombudsdienst stelt daarbij ook vast dat Fluvius streng toekijkt op het leveren van dat bewijs.

Drie. Na de aanvraag, is het "*minstens twee weken*" wachten. Daarna bezorgt Fluvius per aangetekende brief de gepersonaliseerde kortingsbon.

Alvast in de twee trajecten die de ombudsman zag, slaagde Fluvius er geenszins in om die bon na goed veertien dagen te bezorgen. En de Vlaamse Ombudsdienst hoorde ook andere getuigenissen over ruime overschrijding van de veertien dagen.

Daarbij is de geldigheidsduur van de bon dan ook nog eens beperkt tot 31 december van het jaar van aanvraag, wat niet van aard is om nog veel aanvragen uit te lokken in het late najaar.

a) Bon onmiddellijk afleveren, inspelen op spoedaankoop

Algemeen beschouwend heeft de Vlaamse Ombudsdienst vanzelfsprekend begrip voor controlemodaliteiten, die ervoor zorgen dat bonnen op correcte wijze gebruikt worden.

Tegelijk zijn er verbeteringen mogelijk aan een regeling die momenteel gekenmerkt wordt door veel rompslomp en overhead (denk bijvoorbeeld aan de kost van het aangetekend bezorgen van de bonnen).

Zo kunnen burgers toch al jaren zelf online checken of ze recht hebben op het sociaal tarief. Energieleveranciers moeten dat tarief al sinds 2010 automatisch toekennen.

Waarom kan Fluvius dit dan niet onmiddellijk toekennen, wanneer een beschermd afnemer zich online, via de stroomlijn of kantoor aandient? Het moet toch mogelijk zijn om de bon onmiddellijk in de e-mailbox te bezorgen, twee dagen later in de brievenbus te krijgen of meteen te overhandigen in het kantoor?

En zo'n onmiddellijke aflevering van de bon kan ook tegemoet komen aan een ander belangrijk thema op de gespreksagenda.

Dat thema vertrekt bij de vaststelling dat de techniek van een kortingsbon op aanvraag een erg nobele techniek is. Automatische toekenning van rechten ligt hier inderdaad niet voor de hand (zo kan het vanzelfsprekend niet de bedoeling zijn dat massaal gegevens over de kwetsbare groep gedeeld worden met de electrowinkels). Werken met een kortingsbon zorgt er dan voor dat de consument het geld niet zelf moet voorschieten.

Toch brengt de aanvraagprocedure heel wat rompslomp mee. Het verdient daarom aanbeveling om na te denken over een bijkomende weg om de korting te ontvangen wanneer de aankoop van een wasmachine of een koelkast zich snel opdringt, omdat het vorige toestel defect is (spoedaankoop).

Het kan een denkpiste zijn om te doen wat ook gebeurt bij andere energiepremies. Hier heeft de burger, tot twee jaar na factuurdatum de tijd om de premie aan te vragen. Men weet overigens ook dat consumenten die de 150 euro niet zelf kunnen voorschieten, via hun energiehuis een renteloze lening kunnen krijgen voor de aankoop van een energiezuinige koelkast of wasmachine.

b) Slechts helft aangevraagde kortingsbonnen ingeruild

En nog een thema op de gespreksagenda. Er is het beperkt aantal ingeruide bonnen, maar al jaren is er een te grote discrepantie tussen het aantal aangevraagde bonnen (zo'n 10.000 per jaar) en het aantal omgeruide bonnen (jaarlijks om en bij de 5.000). Het omruilingspercentage lijkt ook te dalen.

Ongetwijfeld komt dit deels door de wat absurde logica van het huidige systeem. Sommige consumenten zullen jaarlijks, begin januari, voor de zekerheid twee bonnen aanvragen. Op die manier liggen die bonnen al klaar bij een defect toestel in de loop van dat jaar.

Maar er zijn ongetwijfeld nog andere verklaringen. Zo zal soms de aankoop noodgedwongen al gebeurd zijn tegen dat de bon toekomt; alvast in de twee trajecten die de Vlaamse Ombudsdienst mee doorliep, was er duidelijk ook dat aspect.

Evenmin te onderschatten is het potentieel stigmatiserende karakter van de kortingsbon, waarbij de doelgroep zich in een winkel - tegenover een wildvreemde of juist tegenover een zeer bekende verkoper - moet *outen* als behorende tot de doelgroep.

Wat die winkels betreft, kan overigens ook bekeken worden of het al dan niet wenselijk is om te blijven werken met een lijst van winkels die de bon aanvaarden. Werken met een lijst, sluit namelijk heel wat aankoopmogelijkheden uit: online shoppen, groepsaankopen, of de kringwinkel bijvoorbeeld.

c) Uitbreiden naar andere aankopen?

Wat zeker wel een opsteker is: quasi alle modellen van koelkasten en wasmachines op de markt zijn dezer dagen voldoende energiezuinig en komen dus in aanmerking. Er is ruim keuze qua aanbod en prijs.

In dit verband bedenkt de Vlaamse Ombudsdienst dat de korting nu al tien jaar 150 euro bedraagt en louter geldt voor een koelkast of wasmachine. Ook deze beide aspecten kunnen tegen het licht gehouden worden.

Zo kan het een idee zijn om de korting ook te verlenen voor de aankoop van een diepvriezer of een droogkast, die van langsom meer toch ook deel uitmaken van het basiscomfort van een woning.

De doelgroep woont vaak in een appartement of woning zonder tuin of andere mogelijkheid om de was buiten te laten drogen. In realiteit zal deze was dus vaak in de woning drogen, met risico op vocht en schimmelproblemen in huis en ermee samenhangende gezondheidsklachten.

En van een diepvriezer weet men dat die de consument in staat stelt om grotere voorraden voedsel in te slaan (vaak goedkoper in de winkel of bij voedselhulp) en ook om voedsel langer vers te houden (tegen voedselverspilling).

Gespreksagenda

1. De doelgroep is nu tijdelijk uitgebreid.

Overweeg dit te bestendigen, zodat de doelgroep blijvend samenvalt met de doelgroep die ook in aanmerking komt voor de energielening aan 0%.

2. Evalueer de kortingsbon.

Ga daarbij zeker in gesprek met de doelgroep. Aan de gespreksagenda staan thema's als

- de relatieve onbekendheid van dit product,
- het onmiddellijk afleveren van de kortingsbon,
- het inspelen op de spoedaankoop,
- het vermijden van stigmatisering,
- de uitbreiding tot andere aankopen,
- ...
-



Bart Weekers
Vlaams Ombudsman