



# **Konkurrencen på detailmarkedet for el**

**DECEMBER 2009**

Konkurrencestyrelsen  
Nyropsgade 30  
1780 København V

Tlf.: 72 26 80 00

Fax: 33 32 61 44

E-mail: [ks@ks.dk](mailto:ks@ks.dk)

[www.ks.dk](http://www.ks.dk)

Online ISBN

# Forord

Liberaliseringen af det danske el-marked startede i 1998, hvor de store erhvervs-kunder fik frit leverandørvalg. Fra 2003 fik mindre erhvervs-kunder og private forbrugere (såkaldte skabelonkunder) også frit leverandørvalg, således at alle el-kunder i dag har mulighed for selv at vælge el-leverandør. Mange store erhvervs-kunder har skiftet leverandør siden liberaliseringen, men kun få husholdninger og mindre erhvervsvirksomheder har været aktive på markedet.

Der er gennemført en række analyser og initiativer for at følge og styrke konkurrencen på området. Senest blev der, i forbindelse med forhandlingerne om og vedtagelsen af lov nr. 386 af 20. maj 2009 i foråret 2009, efterlyst yderligere analyser af konkurrencen.

Klima- og energiministeren anmodede på den baggrund Konkurrencestyrelsen om at supplere undersøgelsen af konkurrenceforholdene på elmarkedet, som blev offentliggjort i ”Konkurrenceredegørelse 2008”, for at afklare, om der er behov for yderligere initiativer til fremme af konkurrencen på detailmarkedet for el.

I dette papir fokuseres derfor på konkurrenceforholdene på detailmarkedet til husholdninger mv. med henblik på dels at give status og udvikling for konkurrencen i forhold til resultaterne i ”Konkurrenceredegørelse 2008”, dels at identificere muligheder for yderligere initiativer, der vil kunne styrke konkurrencen på markedet.

Denne analyse supplerer således analysen i ”Konkurrenceredegørelse 2008” og skal ses i sammenhæng hermed. Det er imidlertid samtidig søgt at præsentere analysen, så den kan læses uafhængigt af konkurrenceredegørelsen.

Analysen er struktureret således:

- Resume og konklusioner
- Beskrivelse af struktur og aktører på detailmarkedet for el
- Opfølgning på Konkurrenceredegørelse 2008
- Konkurrencevilkår

# Kapitel 1

## Resume og konklusioner

Konkurrencestyrelsen offentliggjorde i Konkurrenceredegørelse 2008 en analyse af detailmarkedet for el. Analysen viste bl.a., at de fleste forbrugere kender til muligheden for at skifte elhandelsselskab og ville også gerne skifte, hvis den økonomiske gevinst var tilstrækkelig stor. Men forbrugerne mangler indsigt i marked, produkter og priser.

Der er tilstrækkelig mange udbydere på detailmarkedet til at understøtte konkurrencen, men el-handelsselskaberne med forsyningspligtbevilling dominerer klart med en gennemsnitlig markedsandel på 94 pct. i deres forsyningsområder.

Sædvanligvis vil der ikke kunne forventes markante ændringer i konkurrencevilkårene på kort sigt. Siden offentliggørelsen af Konkurrenceredegørelse 2008 er der imidlertid gennemført flere initiativer, der ser ud til at have styrket konkurrencen. Der er dog også stadig områder, hvor der kan gøres en yderligere indsats.

### Boks 2.1: Konklusioner og anbefaling

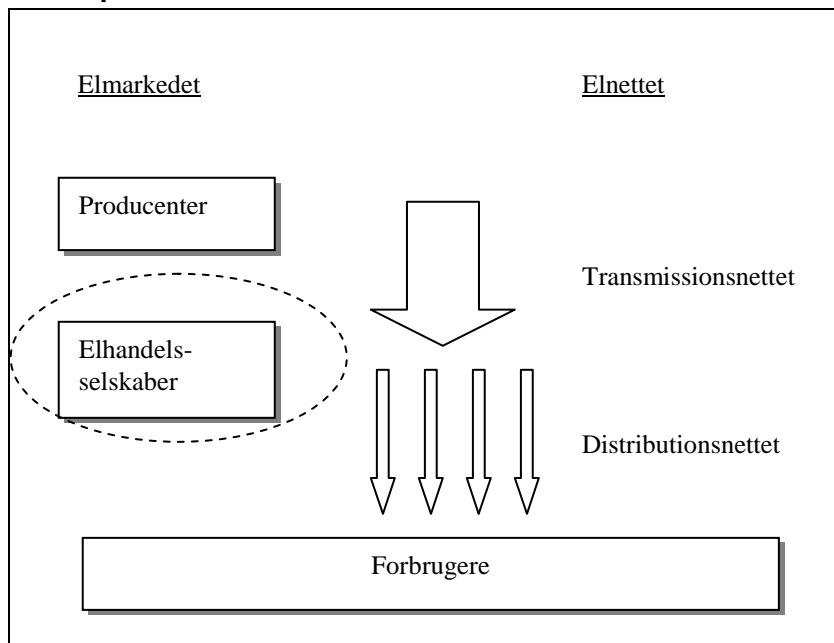
- Konkurrencevilkårene på detailmarkedet for el er forbedret siden offentliggørelsen af Konkurrenceredegørelse 2008.
- Initiativerne omkring etablering af en datahub og relanceringen af elpristavlen.dk har og vil styrke såvel forbrugernes som nye elhandelsselskabers stilling.
- Strukturelle forhold på markedet – den integrerede struktur mellem net-selskaberne og deres handelsselskaber – kan virke som en adgangsbarriere for nye leverandører samt være med til at sløre forbrugergennemsigtheden.
- De eksisterende muligheder for samfakturering udnyttes stort set ikke af aktørerne på markedet, hertil virker de indbyggede forudsætninger som en barriere. Muligheden for en samlet fakturering har derfor ikke haft den reelle positive betydning for markedsforholdene, som den var tiltænkt.
- Etablering af helkunde-forhold, der i højere grad retter forbrugernes opmærksomhed mod den konkurrenceudsatte del af elmarkedet, kan være med til at mindske adgangsbarrieren for nye, ikke-integrerede elhandelsselskaber.
- Konkurrencestyrelsen **anbefaler** på denne baggrund, at der igangsættes et arbejde om kunde-forhold med henblik på at analysere mulighederne for at mindske disse barrierer.

# Kapitel 2

## Struktur og aktører på detailmarkedet for el

En husholdnings elforbrug bygger på to "kundeforhold". Dels et direkte kundeforhold til det elhandelsselskab, hvor husholdningen køber sin elektricitet, dels et kundeforhold til et distributionsselskab, der står for transporten af elektriciteten til husholdningen gennem el-nettet, jf. figur 1.1. Kun få forbrugere er opmærksomme på dette, når de skifter elhandelsselskab.

**Figur 2.1: Strukturen på elmarkedet og elnettet i Danmark i forsimplet form**



Kilde: Energitilsynet

## 2.1 EL-NETTET

El-nettet består af to led: Transmissionsnettet og distributionsnettet. Transmissionsnettet udgør det overordnede net (motorvejen), der transporterer elektriciteten over længere afstande, mens distributionsnettet er det underordnede net, der transporterer elektriciteten helt ud til den enkelte kunde. En husholdnings ”transportbetaling” for elektricitet består både af en betaling til transmissionsnettet, der ejes af Energinet.dk, og en betaling til det lokale distributionsselskab. Betalingen for transmission opkræves af distributionsselskabet, og kunden oplever således ikke et kundeforhold til transmissionsselskabet.

En almindelig dansk husholdning betaler godt 1.900 kr. om året til elnettet<sup>1</sup>. Heraf går knap 1.200 kr. til elnetselskabet (distribution) og godt 700 kr. til Energinet.dk (transmission).

## 2.2 EL-LEVERANDØRER

Der er to typer el-leverandører, der kan levere el til husholdninger. Det drejer sig dels om elhandelsselskaber med forsyningspligtbevilling, dels elhandelsselskaber, der opererer på det frie marked

### **El-leverandører med forsyningspligtbevilling**

Elhandelsselskaber med forsyningspligtbevilling (forsyningspligtleverandør) er elhandelsselskaber, der har pligt til at levere el til alle de husholdningskunder inden for bevillingsområdet, der ikke selv har valgt en leverandør på det frie marked. Disse kunder bliver således automatisk kunder hos forsyningspligtleverandøren. Forsyningspligtbevillingen, der udstedes af Energistyrelsen, dækker et bestemt geografisk område, der typisk svarer til distributionsselskabernes netområder.

Prisen på forsyningspligtproduktet fastsættes hvert kvartal og reguleres af Energitilsynet. Over 90 pct. af de mindre kunder køber et prisreguleret forsyningspligtprodukt.

Forsyningspligtleverandørerne fik i forbindelse med tildeling af bevilling overdraget kundekartoteker mv. fra de tidligere vertikalt integrerede forsyningsvirksomheder. Forsyningspligtleverandørerne blev således ”født” med en betydelig volumen inden for deres respektive bevillingsområde.

---

<sup>1</sup> Den samlede netbetaling på 48,4 øre/kWh i Energitilsynets elprisstatistik fra juli 2009 ganget med et årligt forbrug på 4.000 kWh.

Mange forsyningspligtleverandører sælger også el-produkter på det frie marked, eller indgår i koncerner, der gør.

Konkurrencestyrelsen opgjorde i Konkurrenceredegørelse 2008 markedsandelene for el-leverandørerne på det samlede marked for husholdningskunder.

**Tabel 2.1: Markedsandel for el-leverandører med forsyningspligt i det net-område, hvor bevillingen gælder**

<b>Minimum</b>	61
<b>Gennemsnit</b>	94
<b>Maksimum</b>	99

*Note:* I tabellen belyses markedsandelen for 11 el-leverandører med bevilling til forsyningspligt i det net-område, hvor denne bevilling gælder.

*Anm.:* Markedsandelene er beregnet for skabelonkunder.

*Kilde:* Dansk Energi.

Opgørelsen viste, jf. tabel 2.2, at el-leverandørerne med forsyningspligt generelt har en meget høj markedsandel inden for deres bevillingsområde. De har således en meget høj grad af lokal forankring og er udsat for begrænset konkurrenceaktivitet.

Det er også karakteristisk, at leverandørerne med forsyningspligtbevilling er vertikalt integreret i koncerner med netselskaberne. Ofte er der også en høj grad af navnesammenfald mellem netselskab og handelsselskab (fx Dong Energy City El-net A/S/Dong Energy City forsyning A/S, NRGi Net A/S/NGi Elsalg A/S m. fl.). Kunderne er derfor ikke særligt opmærksomme på, at de i realiteten er kunde hos og betaler til to forskellige selskaber – el-leverandøren og distributionselskabet. Således er der en sådan høj grad af navnesammenfald mellem elhandelsselskab og netselskab for 28 ud af i alt 36 elhandelsselskaber med forsyningspligt<sup>1</sup>.

### El-handelsselskaber på det frie marked

Ud over de ovenfor nævnte leverandører er der en række uafhængige handelsselskaber, der ikke har forsyningspligtbevilling og som ikke indgår i vertikalt integrerede koncerner med netselskaber.

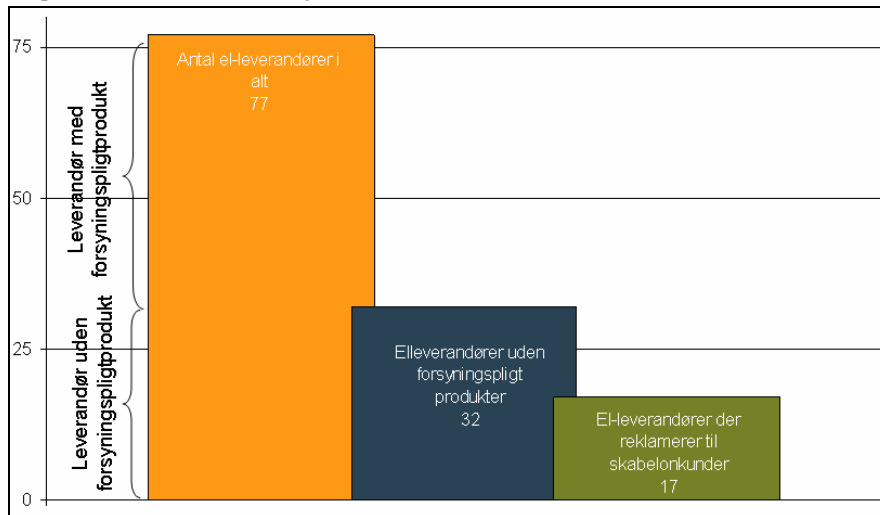
Disse handelsselskaber er som regel aktive over hele landet, og tilbyder deres produkter i mange/alle områder. På grund af deres større geografiske virkefelt, skal de

<sup>1</sup> Egen opgørelse på baggrund af Energitilsynets registrerede selskaber med forsyningspligtbevilling og selskabernes hjemmesider.

uafhængige leverandører etablere kommunikation og dataudveksling med op til 100 netoperatører (netselskaber og transformerforeninger).

I Konkurrenceredegørelse 2008 blev der opgjort i alt 77 elhandelsselskaber til slutbrugerne. Heraf var 45 leverandører, som kun udbyder forsyningspligtprodukt i lokalområdet og 32 leverandører med andre produkter til husholdninger og time-aflæste kunder, jf. figur 2.2. Strukturen har ikke ændret sig væsentligt siden Konkurrenceredegørelse 2008 blev offentliggjort.

**Figur 2.2: Antal udbydere**



*Note:* Mange af el-leverandørerne er koncernforbundne, hvilket medfører, at opgørelsen reelt tæller det samme selskab med flere gange.

*Kilde:* Antallet af el-leverandører er opgjort på basis af dels [www.elpristavlen.dk](http://www.elpristavlen.dk) og dels Energiitilsynets oplysninger.

Mange af de 77 leverandører er ejermæssigt forbundet. Det samlede antal af elhandelsselskaber er således langt fra udtryk for antallet af leverandører, der konkurrerer på detailmarkedet. Hertil kommer, at ud af 32 el-leverandører – uden forsyningspligtprodukter – er der 17 leverandører, som markedsfører sig mod husholdningskunder på [www.elpristavlen.dk](http://www.elpristavlen.dk), mens resten kun har fokus på timeaflæste kunder, jf. figur 2.2.



# Kapitel 3

## Opfølgning på Konkurrenceredegørelse 2008

Konkurrenceforholdene på detailmarkedet for el er præget af en række forhold, der begrænser den effektive konkurrence. Konkurrencestyrelsen offentliggjorde i ”Konkurrenceredegørelse 2008” analyse af detailmarkedet for el (redegørelsens kapitel 5).

Analysens hovedkonklusioner var bl.a.:

- 75 pct. af forbrugerne er klar over, at de kan skifte el-leverandør.
- Prisen er den vigtigste konkurrenceparameter, men besparelserne skal op i størrelsesordenen 750 kr., før 30 pct. af forbrugerne vil overveje et leverandørskifte.
- Forbrugerne mangler indsigt i markedet, i produkterne og i priserne.
- Der er et tilstrækkeligt antal udbydere til at understøtte konkurrencen på markedet.
- Forsyningspligtselskaber har i gennemsnit en markedsandel på 94 pct. i forsyningspligtområdet, hvilket indikerer manglende konkurrence om husholdningskunder.
- Kommunikation med 100 forskellige netoperatører udgør en adgangsbarriere for nye aktører (elhandelsselskaber), idet handelsselskaberne skal tage kontakt til hver og en.

På baggrunden af analysen anbefalede Konkurrencestyrelsen i 2008, at:

- at der tages initiativ til at øge forbrugernes kendskab til el-priserne, fx gennem installation af smart meters med prissignaler,
- at der etableres en datahub, som kan lette dataudvekslingen mellem el-leverandører og netoperatører og dermed eliminere markedets største adgangsbarriere,

- at prisreguleringen ophæves, når forbrugernes kendskab til prisen er forbedret ved etablering af smart meters med prissignaler eller tilsvarende tiltag, og når der er etableret en datahub, som forbedrer adgangsvilkårene til markedet for alternative leverandører,
- at det overvejes at erstatte det nuværende forsyningspligtsystem med et system af forsyningspligtige tilbagefaldsleverandører, og at denne opgave i givet fald udbydes.

### **3.1 UDVIKLING EFTER KONKURRENCEREDEGØRELSE 2008**

Siden Konkurrenceredegørelse 2008 blev offentliggjort, er der gennemført initiativer i tråd med nogle af analysens anbefalinger. Det drejer sig dels om øget forbrugergennemsigthed omkring produkter og priser på markedet, dels om etablering af en datahub.

#### **Ny elpristavle**

Energitilsynet har udpeget Elpristavlen.dk som den forbrugerportal, hvor elselskaberne skal offentliggøre deres priser.

Elpristavlen har fungeret siden 2005, men på baggrund af et udvalgsarbejde i 2008/2009 med deltagelse af Energitilsynet, Forbrugerstyrelsen, Forbrugerrådet, Energistyrelsen, Dansk Erhverv, Energinet.dk og Dansk Energi blev elpristavlen relanceret i en ny og forbedret udgave i april 2009.

Hovedtankerne bag relanceringen har været at skabe en mere overskuelig og brugervenlig prisportal for forbrugerne for derigennem at medvirke til at skabe øget forbrugerinteresse for elmarkedet og sikre forbrugerne det bedst mulige grundlag for valg af el-leverandør ved at vise alle relevante og tilgængelige produkter og priser på en overskuelig og tilgængelig måde.

Den nye elpristavle evalueres og følges løbende af en følgegruppe med repræsentanter fra Dansk Energi, Dansk Erhverv, Energinet.dk, Energitilsynet, Energistyrelsen, Forbrugerrådet og Forbrugerstyrelsen med henblik på at optimere gennemsigtheden for forbrugerne.

#### **Datahub**

Det fremgår af betænkningen til lov nr. 386 af 20. maj 2009, at der skal indføres en dansk datahub på el-området. En datahub er en teknisk løsning, der tillader flere forskellige parter (elhandelsselskaber og netselskaber) it-systemer at

kommunikere med hinanden gennem hubben omkring udveksling af måledata m.v.

En datahub vil medvirke til at sikre en effektiv udveksling og adgang til afregningsdata samt forbedre administrationen af flytninger og leverandørskift og derved også medvirke til at forbedre og effektivisere konkurrencen i elmarkedet, ligesom det vil blive nemmere for nye elleverandører at komme ind på og være aktive i markedet. Med en datahub får elhandelsselskaberne således lettere adgang til forbrugernes stamdata og forbrugsdata til afregningsformål. Derved bidrager en datahub til mere gennemsigtighed på elmarkedet og understøtter samtidig udviklingen i konkurrencen på dette marked.

Udgifterne ved at etablere en datahub forventes at være relativt små – i alt ca. 45 til 85 mio. kr., således at engangsomkostningerne for hver slutbruger forventes at være ca. 15-30 kr. Når datahubben er etableret, forventes det at koste mellem 2-5 kr. om året pr. slutbruger til driften heraf. Det skal imidlertid også tages i betragtning, at indførelsen af datahubben også vil give besparelser på administrations- og IT-omkostninger m.m. Samlet vurderes det, at datahubben netto betyder en økonomisk gevinst for branchen og forbrugerne.

Driften af datahubben skal foretages ved det systemansvarlige selskab Energinet.dk, der allerede har taget initiativ til oprettelse af arbejdsgrupper, som skal sikre implementeringen af hubben.

### **Smart meters**

Digitale el-målere (smart meters) kan være med til at fremme forbrugetdrevet konkurrence på elmarkedet ved at øge forbrugernes bevidsthed og kendskab til priser mv.

Betegnelsen smart meters omfatter flere forskellige produkter med meget varierede funktioner – fra smart meters, der alene tillader fjernaflæsning til smart meters med tovejs kommunikation, der principielt tillader reelle timespot produkter til forbrugerne. Effekten på konkurrencevilkårene kan derfor være meget forskellig alt efter hvor avancerede smart meters, der er tale om.

I Danmark har 3 arbejdsgrupper set på det ”intelligente elforbrug”, der skal understøttes af smart meters.. En arbejdsgruppe vurderede mulighederne for at sænke grænserne for, hvem der skal timemåles og omfattes af intelligent kommunikation (smart meters). En anden arbejdsgruppe vurderede behovet for målestandarder, og den tredje arbejdsgruppe vurderede, om der er markedsbarrierer, der hindrer elhandelsselskaberne i at udvikle salgsprodukter, der understøtter det intelligente elforbrug. Arbejdsgrupperne afrapporterede ultimo juni 2009. Klima- og energi-

ministeren igangsatte på denne baggrund en række initiativer med henblik på at udbrede det intelligente elforbrug, herunder en trinvis nedsættelse af grænsen for hvilke forbrugere, der skal have installeret smart meters.

I EU blev det i marts 2009 aftalt, at 80 pct. af alle husstande i EU skal have installeret smart meters inden 2020, hvis det er økonomisk rentabelt. Regeringen fremlagde i efteråret 2008 en redegørelse, som konkluderede, at samfundsøkonomien og brugerøkonomien endnu ikke tilsiger at iværksætte en landsdækkende målerudskiftning. Men på længere sigt kan der blive bedre økonomi i at fremme anvendelsen af det intelligente elforbrug i takt med indpasningen af mere vedvarende energi, således at forbruget i højere grad kan tilpasses svingninger i produktionen af vedvarende energi (fx vindenergi).

### Forsyningspligt og prisregulering

Der er ikke taget konkrete initiativer i forbindelse med Konkurrencestyrelsens anbefalinger om, at ændring af det gældende forsyningspligtsystem med henblik på en senere ophævelse af forsyningspligtreguleringen.

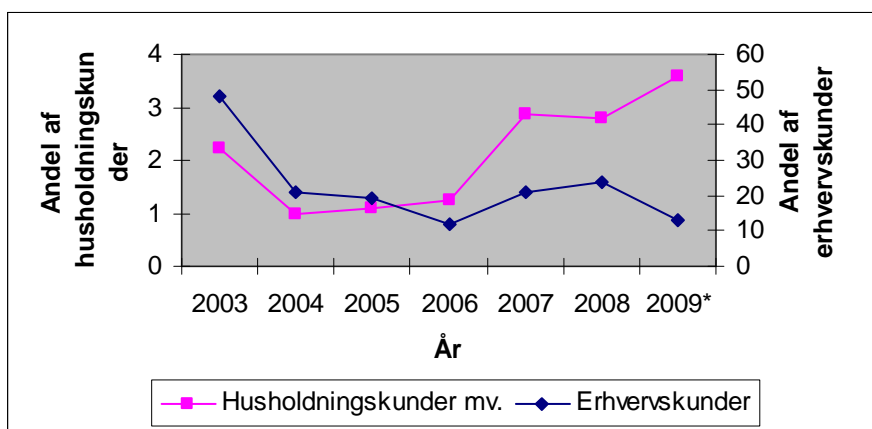
### Udviklingen i konkurrencen på detailmarkedet for el

En indikator for den faktiske konkurrence på detailmarkedet er de rent faktiske leverandørskift, som husholdningerne gennemfører – dvs., i hvor høj grad forbrugere udnytter markedets muligheder.

#### Leverandørskift

Dansk Energi har siden liberaliseringen af markedet registreret forbrugernes leverandørskift, jf. figur 3.1. Husholdningskunder mv. omfatter forbrugere med et forbrug under 100.000 kWh/år, mens erhvervs-kunder er forbrugere med forbrug over 100.000 kWh/år. 2009-tallene omfatter kun 2 kvartaler.

**Figur 3.1: Leverandørskift 2003 – 2009**



Antallet af leverandørskift har ligget stabilt omkring 1 pct. frem til 2007 og 2008, hvor leverandørskiftene steg til ca. 2,8 pct. om året. I 2009 sker der yderligere en stigning, idet der allerede i årets 3 første kvartaler (som er de eneste der foreligger opgørelser for p.t.) var 5 pct. af husholdningerne, der skiftede elhandelsselskab.

Udviklingen i leverandørskift tyder således på, at der er ved at komme mere dynamik i markedet – bl.a. som følge af de initiativer, der er taget vedrørende den ny elpristavle mv. Fx gav lanceringen af den ny elpristavle anledning til en del medieomtale, der gav en væsentligt øget trafik på elpristavlen. Det kan øge forbrugerinteressen for elmarkedet og mulighederne for, at flere bliver aktive på det frie elmarked.

Udviklingen i leverandørskift er én blandt flere indikatorer, der kan beskrive udviklingen i konkurrencen på detailmarkedet for el. I boks 3.1 er beskrevet udviklingen i en række andre konkurrenceindikatorer siden 2008.

### Boks 3.1: Konkurrenceindikatorer

- *Antal leverandører.* I Konkurrenceregørelse 2208 blev det konkluderet, at der er et tilstrækkeligt stort antal leverandører på detailmarkedet for el til at understøtte konkurrencen på markedet. Det er fortsat tilfældet.
- *Ændringer i markedsandele.* Leverandørernes markedsandele skønnes ikke at have ændret sig væsentligt siden Konkurrenceregørelse 2008. Det er således fortsat el-handelselskaber med forsyningspligtbevilling, der har den altovervejende del af markedet.
- *Koncentration på markedet.* I Konkurrenceregørelse 2008 blev det opgjort, at ca. 75 pct. af el-leverandørerne hver havde en markedsandel under én procent af det samlede marked for husholdninger og små erhvervs kunder, ca. 15 pct. af leverandørerne havde en markedsandel på 1-5 pct. mens blot 10 pct. af leverandørerne havde en markedsandel over 10 pct. Dette billede skønnes heller ikke at have ændret sig markant siden Konkurrenceregørelse 2008.
- *Prisforskelle.* Store prisforskelle mellem identiske/sammenlignelige produkter indikerer, at der er konkurrenceproblemer på et marked. På det frie detailmarked for el kan der være relativt store prisforskelle mellem identiske produkter. Eksempelvis lå prisforskellen medio december 2009 mellem ca. 400 kr./år og 700 kr./år for sammenlignelige produkter i Hovedstadsområdet. Det er en relativ høj prisforskel.

Samlede peger disse indikatorer i retning, at konkurrencen på detailmarkedet for el ikke har udviklet sig væsentligt siden Konkurrenceregørelse 2008. En øget forbrugerdrevet konkurrence som stigningen i leverandørskift kunne indikere slår således ikke igennem i de andre indikatorer.

# Kapitel 4

## Konkurrencevilkår

Et effektivt og velfungerende marked er med til at sikre, at samfundets ressourcer bruges bedst muligt, samt at forbrugerne får tilbudt varer og tjenester, der ikke er dyrere end nødvendigt. Dermed fremmer velfungerende markeder velfærd, vækst og innovation.

Et velfungerende marked er bl.a. kendetegnet ved fri og åben adgang til markedet, effektiv konkurrence om kunderne og på den anden side ved, at kunderne har adgang til god markedsinformation og benytter denne information aktivt til at træffe forbrugsvalg.

- *Effektiv konkurrence* er med til at sikre, at virksomhederne aktivt markedsfører sig over for kunderne i markedet. Konkurrencepresset får virksomhederne til at udvikle nye produkter, serviceydelser og produktionsprocesser til lavest mulige omkostninger.
- *God markedsinformation* er med til at sikre, at forbrugerne får mulighed for at agere i markedet og optræde hensigtsmæssigt. Det kræver nem adgang til korrekt information om produkter og producenter, lave søgeomkostninger, god gennemsigtighed med mulighed for at sammenligne produkter, priser og vilkår mv., således at der er tillid til markedet. Adgangen til god markedsinformation er dog ikke i sig selv garant for, at kunderne *aktivt* benytter denne information i sine forbrugsvalg. Det afhænger helt af kundernes forbrugsvaner, villighed og overskud til samt erfaring med at udøve købmandskab på markedet.

Høj gennemsigtighed på et marked er således med til at fremme mulighederne for en forbrugerdrevet konkurrence. Markedsgennemsigtigheden kan imidlertid også have negative effekter for konkurrencen, idet konkurrerende udbydere muligheder for at koordinere deres markedsadfærd i strid med konkurrenceloven alt andet lige bliver større.

- *Fri og lige adgang* til markedet betyder, at der ikke er formelle eller andre barrierer, der forhindrer nye virksomheder i at etablere sig. Sådanne barrierer kan fx være særlige krav til bevilling eller licens mv. Adgangsbarrierer kan imidlertid også ligge i særlige markedsstrukturer o. lign., som kan begunstige de eksisterende virksomheder, men som nye aktører ikke har adgang til. Fri adgang til markedet er med til at sikre, at eksiste-

rende virksomheder på markedet ikke beskyttes mod konkurrence fra nye aktører.

De hidtil gennemførte konkurrencefremmende initiativer omkring forbedret markedsinformation på detailmarkedet for el er med til at forbedre konkurrencevilkårene på markedet. Dels ved at styrke de uafhængige elhandelsselskabers muligheder for at konkurrere, dels ved at styrke forbrugernes muligheder for at orientere sig i markedet og gøre det nemmere for forbrugerne at agere. Initiativerne kan således være med til at fremme en effektiv konkurrence på markedet.

Det skal i denne forbindelse nævnes, at det fremgår – bl.a. af Konkurrenceredegørelse 2008 – at prisen er den vigtigste konkurrenceparameter, men besparelserne skal op i størrelsesordenen 750 kr./år, før 30 pct. af forbrugerne vil overveje et leverandørskifte. De danske husholdninger har imidlertid et relativt beskedent elforbrug på gennemsnitligt 4000 – 4500 kWh/år. Det begrænser i sig selv de økonomiske fordele, der kan være ved at skifte elhandelsselskab, og gør det ofte vanskeligt at opnå en besparelse på 750 kr./år. Det kan være med til at begrænse forbrugernes interesse for det frie elmarked. Det er imidlertid et grundlæggende konkurrencevilkår.

#### 4.1 GOD MARKEDSINFORMATION

##### *Initiativer på efterspørgselssiden*

Den **ny elpristavle** forbedrer forbrugernes mulighed for at orientere sig om produkter, priser, betingelser mv. på markedet og skaber dermed en højere grad af gennemsigtighed for forbrugerne. Elpristavlen er samtidig en måde for elhandelsselskaberne at markedsføre sig på overfor forbrugerne, hvor disse umiddelbart kan sammenligne forskellige produkter og priser mv.

Energinet.dk har tilkendegivet at ville lancere en **landsdækkende informationskampagne** om elmarkedet og forbrugernes frie leverandørvalg fra årsskiftet 2009/2010. Det vil øge forbrugernes opmærksomhed omkring marked, priser og muligheder og dermed understøtte den nye elpristavle og den positive udvikling med flere leverandørskift mv., som er set i 2009.

Initiativerne og udredningsarbejdet omkring **smart meters** på såvel dansk som europæisk niveau vil også sigt styrke den forbrugerdrevne konkurrence på elmarkedet. For at få det fulde udbytte heraf, er det imidlertid vigtigt, at der vælges smart meters, der sikrer forbrugerne den bedste information, og leverandørerne de bedste muligheder for produktudvikling mv. – dvs. smart meters med tovejskommunikation.



*Initiativer på udbudssiden*

Etablering af **datahubben** vil lette handelsselskabernes adgang til dels forbrugernes stamdata, dels forbrugsdata til afregningsformål og lette procedurer omkring et leverandørskift for forbrugerne, idet en række af de oplysninger, forbrugerne skal oplyse i forbindelse med leverandørskift, vil blive tilgængelige via datahubben. Og det vil være med til at fjerne en væsentlig barriere for uafhængige el-handelsselskaber.

Datahubben vil yderligere gøre det muligt for elhandelsselskaberne at få forbrugsprofiler på forbrugerne. Det vil styrke leverandørernes muligheder for at målrette marketing mv. mod særligt interessante/attraktive kunder og dermed også styrke konkurrenceklimaet på markedet.

I oktober 2009 har de nordiske energiministre givet deres støtte til udviklingen af et **fælles nordisk slutbrugermarked** for el, og har bedt de nordiske elregulatorers samarbejdsorganisation NordREG præsentere en implementeringsplan herfor på ministrenes møde i 2010. Tilslutningen til et fælles nordisk slutbrugermarked skal blandt andet ses i lyset af, at NordREG har foreslået, at elhandelsselskaber i de nordiske lande skulle have mulighed for at sælge til forbrugere i alle nordiske lande på ens vilkår fra 2015. Adgang til flere elleverandører vil skærpe konkurrencen på markedet.

## 4.2 FRI OG LIGE ADGANG TIL MARKEDET

Der er ingen formelle adgangsbarrierer for elhandelsselskaber, der ønsker at komme ind på det liberaliserede detailmarked for el. Der er således ikke krav om bevilling, licens eller særlige økonomiske forhold mv.

Der er imidlertid adgangsbarrierer – krav om bevilling – til den del af detailmarkedet, der udgøres af forsyningspligtprodukter. Leverandørerne af forsyningspligtprodukter skal således have en bevilling, der regulerer deres ydelser og produkter (hvis priser reguleres af Energitilsynet), men som samtidig sikrer dem monopol på forsyningspligt-leverancer inden for bevillingsområdet.

Over 90 pct. af husholdningerne aftager et forsyningspligtprodukt, og de er dermed ikke aktive på det liberaliserede marked. Det gældende forsyningspligtsystem sikrer på den ene side de forbrugere, der ikke har benyttet sig af det frie elmarked, el til konkurrencedygtige priser. På den anden side udgør regelsættet en barriere for nye leverandører, idet den største del af den potentielle kundemasse i realiteten ikke er på markedet.

Leverandørerne med forsyningspligtbevilling er for størstedelens vedkommende også aktive på det liberaliserede marked – enten direkte eller gennem et søsterselskab, der indgår i en integreret struktur med et netselskab.

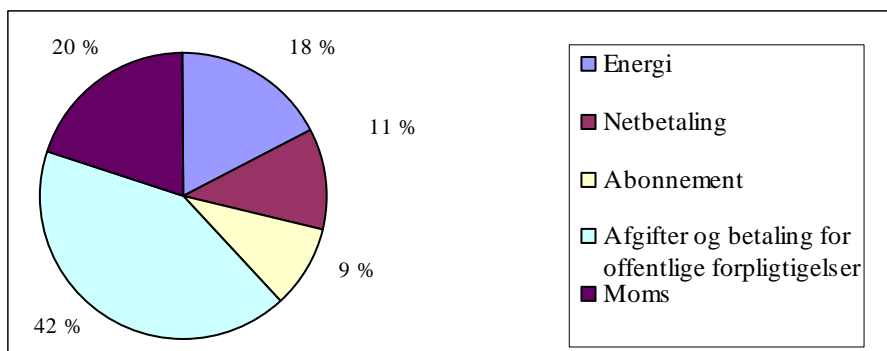
Den integrerede struktur med netselskaberne giver yderligere en barriere for nye eller ikke-integrerede leverandører på markedet, idet strukturen gør det svært for en ny leverandør at bruge sine kundeforhold til branding og profilering over for disse.

De vertikalt integrerede elhandelsselskaber har – som tidligere omtalt – ofte en høj grad af navnefællesskab med netselskabet, og de varetager ofte også forsyningspligten inden for netområdet samtidig med, at de er aktive på det ”frie” marked. Dette indebærer som regel også en høj grad af ensartethed med hensyn til grafisk profil, logo, fremtræden mv.

Når en kunde derfor skifter til en ny leverandør, vil der – som systemet virker i dag – fortsat bestå et kundeforhold til netselskabet (betaling for distributionen, afgifter mv.), med samme – eller stort set samme – navn, grafiske profil og fremtræden mv. som kundens tidligere forsyningspligtleverandør.

Hertil kommer, at den største del af kundernes regning udgøres af distributionsbetaling, PSO betaling<sup>1</sup> og afgifter (samt moms), der opkræves af netselskabet. En kunde, der har skiftet leverandør, vil derfor opleve, dels at få to regninger, dels at regningen til den ”gamle leverandør” stadig udgør langt den største del af den samlede betaling for el, jf. figur 4.1.

**Figur 4.1: Elprisen sammensætning**



<sup>1</sup> PSO-betalingen går først og fremmest til tilskud til miljøvenlig energiproduktion samt herudover til forskning og udvikling mv. og forsyningsikkerhed.

*Kilde: Resultater og Udfordringer 2008, Energitilsynet april 2009*

I oktober 2009 var energiprisen således kun knap en femtedel af forbrugernes samlede pris, mens energiafgifter, PSO-betaling og netbetaling (inkl. abonnement) udgjorde 60 pct., mens den resterende del af prisen udgjordes af moms. Netbetaling, afgifter mv. opkræves alle af netselskabet. Da afgifterne er faste, kan de enkelte priselementers andel af den samlede pris kan variere fra år til år afhængig af ændring i PSO-tarif, energipris mv.

Det betyder, at leverandørskiftet ikke opleves som særligt gennemskueligt for kunderne, samt at nye, uafhængige leverandørers muligheder for at markere sig og skabe genkendelighed gennem branding og profilering mv. begrænses – selv over for deres egne kunder.

En mulighed for at overvinde denne barriere er, at skabe bedre muligheder for, at nye leverandører kan etablere et såkaldt helkunde-forhold til forbrugerne. Dvs. at leverandøren overtager hele kontakten til kunden, der således kun vil opleve et kunde-forhold til leverandøren på det konkurrenceudsatte marked.

### **Helkunde-forhold**

Med den nuværende struktur og rollefordeling i elsektoren, oplever de fleste husholdningskunder og mindre erhvervsdrivende reelt kun en relation til netselskabet. Dette kan illustreres af de roller, som de to aktører – netselskab og elhandelsselskab – optræder med over for kunderne:

#### **Netselskab**

- Transport/stik til leveringsadresse
- Sikring af kvalitet i levering (dvs. at det er her, kunden skal henvende sig ved strømafbrydelse)
- Information om strømspareforanstaltninger mv.
- Forbrugsaflysning/elmålere
- Opkrævning af betaling for transport af el (inkl. abonnement og transmissionsbetaling)
- Opkrævning af energiafgifter & PSO-betaling

#### **Elhandelsselskab**

- Levering af el (kWh) i henhold til aftalen med kunden (Netselskabet varetager ”transporten” til kunden)
- Opkrævning af pris for den leverede mængde kWh

Som det fremgår, vil kunderne i langt de fleste situationer have kontakt til netselskabet i forbindelse med deres elforbrug, mens kontakten til elhandelsselskabet vil være minimal, når der først er etableret en kontrakt.

Etablering af kundeforhold, hvor det er den konkurrenceudsatte aktør – elhandelsselskabet – der har kundekontakten vil være med til at styrke konkurrencen ved at fremme gennemsigtigheden for forbrugerne samt rette disses opmærksomhed mod det konkurrenceudsatte marked i stedet for som i dag, at rette opmærksomheden mod den del af markedet, der er et naturligt monopol.

### **Mulighed for etablering af helkundeforhold**

Muligheden for etablering af helkundeforhold er i dag reguleret af en frivillig brancheaftale<sup>1</sup>, der giver et elhandelsselskab mulighed for at kræve samlet fakturering (samfakturering) med netselskabet, så forbrugeren kun modtager én samlet regning fra elhandelsselskabet for køb af elektricitet og netydelser mv. Brancheforeningen Dansk Energi har udarbejdet et paradigme på en kontrakt, der kan indgå mellem netvirksomheden og elhandelsselskabet, når ønsket om samfakturering opstår.

Elhandelsselskabet aftaler således med netselskabet, at leverandøren rekvirerer og betaler for netbenyttelsen, og netselskabet sender sin faktura vedrørende det aktuelle forbrugssted til elhandelsselskabet, der hæfter for kundens betaling til netselskabet (betaling for netbenyttelse, afgifter og PSO-betaling).

Elhandelsselskabet opkræver således hos sin kunde både elforbrug og betalingen til netselskabet for netbenyttelsen, hvori også afgifterne opkræves.

Netkunden bliver ved med at være nettilslutningskunde i forhold til netselskabet og har i øvrigt alle rettigheder og forpligtelser desangående, ligesom netselskabet fortsat har ansvaret for, at det i aftagepunktet konstant er muligt at aftage elektricitet, og for elkvaliteten, samt fortsat er forpligtet til at opfylde de lovbundne krav om energirådgivning, måling, opkrævning af afgifter m.m.

Kunderne har ikke mulighed for at kræve en samakturering. Den ret har alene elhandelsselskaberne efter aftalen, men kunden kan aftale med sit elhandelsselskab, at der etableres samfakturering. Der imidlertid kun ét enkelt selskab, der har taget initiativ til at etablere samfakturering, og dette selskab har ikke for indeværende fået etableret samfakturering med nogen netselskaber.

---

<sup>1</sup> *Efter de gældende regler i elforsyningslovens § 22, stk. 4 kan der fastsættes regler om samfakturering af de ydelser forbrugeren modtager i henhold til loven.*

### **Barrierer for helkundeforhold**

Det forhold at kun én handelsvirksomhed indtil videre har ønsket at gøre brug af muligheden for samfakturering indikerer, at der kan være barrierer, der afholder de uafhængige handelsvirksomheder fra at udnytte mulighederne.

På baggrund af erfaringerne fra den ene virksomhed, der har søgt at etablere samfakturering kan der peges på følgende faktorer, der kan afholde virksomheder fra at benytte muligheden:

- *Administrative forhold.* En uafhængig leverandør, der ønsker en udbredt anvendelse af samfakturering, vil skulle have aftaler med potentielt over 100 netselskaber mv. Det er administrativt belastende både for nystartede virksomheder og mere etablerede på markedet. Samtidig bliver håndteringen af samfaktureringen omkostningstung.
- *Økonomiske forhold.* Når et elhandelsselskab etablerer samfakturering med netselskaberne er det i princippet leverandøren, der forpligter sig over for netselskabet i forhold til betaling af distributionsomkostninger, afregning af energiafgifter, PSO-betaling mv. Netselskabet hæfter over for Skat for afgiftsbeløb mv., og vil derfor kræve sikring af disse beløb med en økonomisk garanti fra leverandøren.

Netbetaling og afgifter mv. udgør som førnævnt langt den største del af en kundes samlede elregning. Når handelsselskabet overtager denne forpligtelse fra netselskabet er der således tale om en økonomisk forpligtelse, der beløbsmæssigt langt overstiger handelsselskabets eget mellemværende med kunden. Garantistillelse mv. bliver i den situation en væsentlig økonomisk belastning for leverandøren. De økonomiske forhold forbundet med samfakturering udgør således en barriere for uafhængige leverandører, og svækker dermed konkurrencen på markedet. Hertil kommer, at koncernforbundne handelsselskaber ikke afkræves samme garanti fra det koncernforbundne netselskab, hvilket er konkurrenceforvridende i forhold til det uafhængige elhandelsselskab.

### **Anbefaling**

Etablering af en struktur i forholdet mellem forbrugere, elhandelsselskaber og netselskaber, der i højere grad retter opmærksomheden mod den konkurrenceudsatte del af elmarkedet kan være med til at mindske adgangsbarriererne for uafhængige elhandelsselskaber.

De nuværende muligheder herfor udnyttes stort set ikke af aktørerne på markedet, og de har derfor ingen reel betydning for de reelle konkurrencevilkår i dag. Der er

heller ikke umiddelbart noget der indikerer, at de eksisterende muligheder vil blive udnyttet i højere grad end tilfældet er i dag.

Konkurrencestyrelsen anbefaler på denne baggrund, at der igangsættes et arbejde om kundeforhold med henblik på, at:

- Identificere og analysere administrative, økonomiske og andre barrierer for brug af samfakturering eller andre former for helkundeforhold.
- Identificere, vurdere og fremlægge løsningsforslag, der kan fjerne barrierer – herunder også alternativer til de gældende muligheder for samfakturering.