

Mest prioriterade frågor för Oberoende Elhandlare 2021-2022

Utmaningar på elmarknaden

Marknaden fungerar fortfarande inte trots att det gått 25 år sedan omregleringen.

Det beror bl.a. på

- Subventionerad elhandel i integrerade energiföretag.
- Nätbolag som via sitt arbete i leverantörsbytesprocessen (fullmaktshantering), håller på uppgifter som behövs för att genomföra ett leverantörsbyte för att skapa tid åt närstående elhandelsbolag att få extra tid att bearbeta befintliga kunder. Detta gäller även elhandelsbolag som inte lämnar ut uppgifter direkt enligt kundens vilja.
- Anvisningsavtal

Detta påverkar

- Kundrörelserna på marknaden
- kostnaderna för att ta in en ny kund och
- kostnaden för att behålla kunden

En fungerande konkurrens innebär att de grundläggande förutsättningarna på marknaden är lika för alla. Det betyder att ekonomiska barriärer som hindrar och försvårar för nya, och befintliga aktörer som inte ingår i integrerade energibolag, tas bort. Detta kräver också en aktiv tillsyn av konkurrens- och marknadsföringsreglerna så att konkurrenshämmande försäljning motverkas.

Oberoende Elhandlares prioriterade frågor föreslås bli:

Förslag till procentuell andel av tillgängliga resurser (%) under begränsad och specificerad period, t ex. Från oktober 2020 t.o.m. juni 2021. Fokus på en fråga i taget.

- | | |
|---|----|
| A. Paket för en förbättrad konkurrens på elmarknaden | 70 |
| B. Främja marknaden för förnybar energi inkl. användningen av ursprungsgarantier. | 10 |
| C. Främja ökad efterfrågefleksibilitet på elmarknaden med bl.a. aggregatorer | 10 |
| D. Främja marknaden för prosumers (mikroproducenter) | 10 |

När det gäller den första punkten så gäller det att införs en elhandlarcentrisk (kundcentrisk) modell för att komma åt de konkurrenshämmande aktiviteter som legitimt pågår år efter år, där det är problem med fullmaktshantering både i form av nät- och elbolag som ej överhuvudtaget besvarar fullmakter och aktörer som inte lämnar ut uppgifterna innan de har genomföra sin "winback" dvs pratat med kunden. Detta får till följd att leverantörsbytesprocesser försenas och ibland förhindras. Därigenom snedvrids konkurrensen genom att elhandelsbolag som inte får kunder via anvisningsavtal blir av med sin viktigaste försäljningskanal. Ett införande av den kundcentriska modellen ger aktiva konsumenter som måste göra ett aktivt val av elleverantör, då försvinner också anvisningsavtalen

och alla elhandelsbolag konkurrerar på lika villkor. Anvisningsavtalen kostar årligen konsumenterna hundratals miljoner kronor i onödan.

Paketet för förbättrad konkurrens på elmarknaden med aktiva kunder

innehåller åtgärder för ett främja en effektiv konkurrens och motverka inslag som snedvrider konkurrensen.

- Elhandlarcentrisk modell – ser vi som en lösning som vi ska promota för att komma åt problemet med de konkurrenshämmande aktiviteter som legitimt pågår år efter år.
- Åtgärder för att komma åt de konkurrenshämmande a problem med fullmaktshantering både i form av nät- och elbolag som ej överhuvudtaget besvarar fullmakter och aktörer som inte lämnar ut uppgifterna innan de har genomföra sin ”winback” dvs pratat med kunden. Detta får till följd att leverantörsbytesprocesser försenas och ibland förhindras.
- Verka för en aktiv tillsyn av marknadsförings-, konsument- och konkurrensregler på elmarknaden.
- Verka för att avskaffa anvisningsavtalen som årligen kostar konsumenterna hundratals miljoner kronor i onödan.

Listor:

- Vi redovisar en sammanställning av det årliga antalet anvisningsavtal kopplade till antal flyttar och visar vilken den samlade merkostnaden dessa avtal blir per år för elkonsumenterna samt vilka grupper som drabbas värst.
- En sammanställning av företag med de dyraste anvisningsavtalen

Listan är en färskvara som ska uppdateras minst varje kvartal.

Vi kommer att:

1. Öka vår transparens gällande OEs ståndpunkter genom att kommunicera via LinkedIn. Detta kräver verkligen att vi är överens inom föreningen om vad vi anser om specifika frågor. Syftet är att skapa en inre stolthet för föreningens medlemmar, men framför allt att tydliggöra var vi står i frågor som är av vikt för en fri elmarknad med riktig konkurrens.
2. Öka proaktiviteten i vår verksamhet. Vi måste enas inom OE om vad vi menar med det och att alla tar sitt ansvar för att vi är proaktiva. Vi kan komma långt enbart genom att göra inslag på Linked In om beslut vi fattar, redovisa våra prioriterade frågor – en i taget – inklusive förklaring på varför de är viktiga, lägga ut när vi – alla olika – deltagit i olika arbetsgrupper (inkl foto), lägga ut när vi svarat på remisser och vad vi står för, etc. Vi behöver alltså inte uppfinna mer aktiviteter. Till en början räcker det bra att kommunicera det vi redan gör – och det är mycket!
3. Göra en förnyad inventering av de instanser som vi kan och ska uppvakta
En förteckning på aktuella instanser bifogas. Komplettera gärna denna lista. Även fundera på att sätta ihop särskilda team vid specifika frågor och baserat på frågeställning. Leta samarbetspart-

ners inom och utanför energibranschen – helt enkelt se denna form av teamarbete som ett av alla sätt vi jobbar på.

4. Vi kommer att starta arbetet med Linked in och börja en process samt uppdaterar hemsidan med modernare snitt.

Oberoende Elhandlares resurser:

- Varumärket Oberoende Elhandlare – med tjugo år på nacken, erkända och lyssnade till.
- Alla medlemmar i föreningen – många branschkunniga som delar med sig gör att vi tillsammans blir en maktfaktor.
- Kansliet– bidrar med kompetens på bredd och djup inom elmarknadsfrågor nationellt, på Nordisk och Europa-nivå samt som dörröppnare till institutioner och makthavare – och inte minst kontinuitet.
- Hemsidan – bästa basen för att vara aktiva på sociala medier.
- LinkedIn - den plattform som vi bedömer vara mest effektiv för ändamålet. Idag inaktiva.