

OED

[postmottak@oed.dep.no](mailto:postmottak@oed.dep.no)

23. mars 2021

## Behov for ny modell for nettleie – erfaringer med kommunikasjon og kunderspons til OED

Vi viser til møtet med OED 16.3.21 hvor deltakende selskaper og organisasjoner formidlet støtte til RME angående behovet for ny modell for nettleie. Vi benytter igjen anledningen til å understreke at for å kunne gi gode ladevaner hos alle nye og eksisterende elbileiere, bidra til utvikling av ny og forbedret teknologi på området for å utnytte det nettet vi har best mulig, er behovet for en ny modell økende. Den vil bidra til å utnytte dagens nett optimalt, utsetter investeringer i nett og reduserer dermed kostnadene for alle.

I møtet delte vi erfaringer fra nettselskap som har innført ny modell. Det ble lagt spesiell vekt på erfaringer selskapene har fått når det gjelder kundekommunikasjon og kunderspons ved innføring av ny nettleie, enten i fullskala eller som piloter. I dette kortet notatet oppsummerer vi erfaringene som ble presentert i møtet.

### Kommunikasjon og respons fra kunder

En viktig erfaring er at direkte kommunikasjon til kunder i kombinasjon med prissignaler er viktig for kundene dersom de skal motiveres til å flytte forbruk i tid. Spesielt god var responsen fra elbilkundene, disse tallene går man nå grundigere igjennom. "Pushvarsel" nærme tidspunkt for ønsket endring er viktig når kundene ikke har installert automatikk i egen forbruksoptimalisering. På denne måten får kundene i en til en kommunikasjon også vite hva de kan gjøre.

### Elvia har oppnådd følgende i sin pilot:

- Pilotkundene har redusert forbruket sitt noe på dagtid sammenlignet med de øvrige kundene i Elvias område
- Nedgang i strømforbruket på 4,5 % sammenlignet med kontrollgruppen i de timene de ble varslet om
- Elbileiere som lader hjemme og fikk pushvarsel reduserte forbruket sitt mye mer med en reduksjon på 14 % om morgenen og en reduksjon på 21 % på ettermiddagen
- Mange av kundene var positive til pushvarsling om høye priser.
- Det finnes en del myter ute hos kundene om hva årsak til ny nettleie er, og kundene kjenner ikke nettselskapet
- Mange er positive til en nettleiemodell som gir incentiver til å gjøre smarte tiltak, spesielt hvis de ser effekten **for seg selv**.
- Gjennomsnittskunden finnes ikke. Vi har en vei å gå når det gjelder kommunikasjon direkte til hver enkelt, ikke til «hvermannsen»

Kundefokus er svært viktig i det arbeidet som skal gjøres!

**Norgesnett innførte effekttariffer i 2015 og erfarer:**

- Et økende antall elbiler har ikke ledet til forventet økning av effektuttak, noe som indikerer at effektbasert nettleie har bidratt til endring i brukeradferd.
- Enkelt språk med et ikke teknisk fokus må til for å nå fram til kundene
- Mengden informasjon må også tilpasses
- Prissignalene kan ikke være for sterke
- Det må settes av tid til kommunikasjon og forberedelser før omlegging
- Det er behov for en til en samtaler med mange kunder som må få råd og hjelp på alle spørsmål – kundesenter viktig

#### **Hålogaland Kraft Nett innførte 1.1.2021 tariff med lavt energiledd og erfarer:**

- I kommunikasjon med kundene er det viktig å finne rett nivå, ikke for mye, ikke for lite
- Intervju i lokalpresse
- Kundene forstår hovedprinsippene når de får det forklart, ikke en storm på kundesenteret
- Økt interesse for HAN-port og styring av forbruk
- Litt tidlig å se konsekvenser av ny struktur, men vil trolig måtte justere noe for kundegrupper med lavt forbruk

#### **Linea har tilpasset tariffen til 50 % energiledd:**

- Opplever ikke spesielt påtrykk fra kundene

#### **Glitre Energi Nett har fullskala pilot og erfarer**

- Nettleien kan helt klart bidra til å endre brukeradferd
- Mange enkeltteksempler fra kunder
- Bruker mye tid på å kommunisere med kunder og kundeorganisasjoner. Får god input til utvikling av modellen videre
- Gode erfaringer med tidsdifferensiert energiledd, lett å kommunisere

Dette var et kort sammendrag i kulepunkt som tillegg til oversendte presentasjon. Vi stiller som sagt gjerne opp for å svare på ytterligere spørsmål rundt både kundekommunikasjon og respons fra kundene.

Vennlig hilsen

Elvia – Kjersti Vøllestad (sign.)

Glitre Energi Nett – Knut Olav Bakkene (sign.)

Hålogaland Kraft Nett – Simon Stokvold (sign.)

Linea – Eivind Parelus (sign.)

Norgesnett – Vidar Kristoffersen (sign.)

Energi Norge – Kristin H. Lind (sign.)

Distriktsenergi – Knut Lockert (sign.)

Samfunnsbedriftene – Asle Strand (sign.)