

## UPPDATERA PRISET TILL KUNDERNA

Många fjärrvärmeföretag börjar känna problem med sina prismodeller. I projektet Fjärrvärmens Affärsmodeller har man fördjupat sig i frågan.

– De flesta prismodeller har dålig koppling mellan företagets kostnader och kundens pris. Både fjärrvärmeföretag och kunder skulle gynnas av att fjärrvärmens kostnader avspeglas i priset, säger Daniel Stridsman på Profu som har gjort studien.

»»» De flesta prismodeller har dålig koppling mellan företagets kostnader och kundens pris.

Dagens prismodeller är oftast uppbyggda utifrån så kallade kategorital, vilken är en slags genomsnittlig effektkostnad för en specifik byggnadstyp (bostäder eller lokaler). Med en sådan prismodell får kunder med samma förbrukning samma årskostnad oavsett när de förbrukar värmen. Om man däremot differentierar priset och återspeglar det efter företagets kostnader ger det ett annat resultat. Då får kunden som förbrukar mycket vintertid ett högre energipris på årsbasis, medan kunden som använder mer sommartid får ett lägre energipris på årsbasis. Det förutsätter att man har en billig produktion sommartid som exempelvis avfall eller spillvärme och därmed kan erbjuda ett lägre pris.

– Med ett säsongsdifferentierat pris ökar incitamenten för kunderna att göra energisparande åtgärder när det är som dyrast att producera, vilket gagnar både kunden och fjärrvärmeföretaget. Men så som de flesta prismodeller är uppbyggda idag så spelar det mindre roll för kundens ekonomi när de gör sin besparing, säger Daniel Stridsman. Med ökad konkurrens från framförallt värmepumpar och en minskad försäljning av värme, så börjar allt fler se över sina prismodeller.

### Tre bra åtgärder

– Utgångspunkten för prismodellerna måste alltid utgå från det egna bolaget och till dess fördel, men alla prismodeller ska ge kunderna rätt signaler kring energibesparande åtgärder. Om kunder satsar på energibesparingar när energin är som dyrast och sämst för miljön ska det också gynna kunden ekonomiskt. Indirekt gynnar det ju även fjärrvärmeföretaget, säger Daniel Stridsman.

Han listar tre åtgärder som han tycker passar prismodeller i de flesta fjärrvärmeföretag. Det är att priserna är differentierade efter säsong (förslagsvis vinter, vår/höst och sommar), att priserna ska spegla företagets verkliga kostnader samt att priserna ska baseras på uppmätta värden och inte på kategorital.

### Rättvis prissättning

Dessa åtgärder leder till flera fördelar menar Daniel Stridsman. Framförallt ger det en mer rättvis prissättning, då godtycket med tilldelade kategorital försvinner och kundernas kostnad istället helt baseras på uppmätta värden.

– Det leder också till ökad konkurrenskraft när konkurrensen är som störst. Sommartid kan det vara svårt för fjärrvärmeföretag att konkurrera om man inte prissätter efter verkliga kostnader. Då väljer en del kunder istället att delkonvertera och satsa på värmepumpar och solfångare. Vintertid däremot, då fjärrvärmeföretag är dyrast att producera, väljer de fjärrvärme. Jag tror färre skulle investera i individuella lösningar om fjärrvärmeföretag hade lägre pris sommartid, avslutar Daniel Stridsman.

### FAKTA OM PROJEKTET

Det tvärvetenskapliga projektet Fjärrvärmens affärsmodeller ingår i Fjärrsyn. En delrapport om prismodeller kommer att publiceras på [www.fjarrvarmensaffarsmodeller.se](http://www.fjarrvarmensaffarsmodeller.se) nu under hösten.

