



# Uppföljning Prisdialogen 2017

Kontigo AB  
Stockholm, april 2017

# Sammanfattning

Prisdialogen är en modell som innefattar både lokal dialog och central prövning av prisändring på fjärrvärme. Syftet med Prisdialogen är att stärka kundens ställning, att åstadkomma en rimlig, förutsägbar och stabil prisändring på fjärrvärme samt att bidra till ett ökat förtroende för fjärrvärmeleverantörernas prissättning. Bakom Prisdialogen står Riksbyggen, SABO och Energiföretagen Sverige som tillsammans tagit fram Prisdialogen.

Prisdialogen har tidigare utvärderats dels av Energimarknadsinspektionen, dels av parterna genom en oberoende granskare. Utvärderingarna har konstaterat att Prisdialogen uppvisat god måluppfyllelse. För att fullfölja ambitionerna med Prisdialogen har nu parterna upprättat ett system för årliga uppföljningar av initiativet.

Uppföljningsmodellen för Prisdialogen syftar ytterst till att ta fram ett faktaunderlag kring hur Prisdialogen fungerar och hur uppställda mål uppnås. Främst med fokus på värdet och upplevelsen av Prisdialogen för kunderna. Uppföljningsmodellen innefattar en del som följer prisutvecklingen på fjärrvärme och en del som följer upp måluppfyllelsen baserat på kundernas uppfattningar.

Prisdialogen som genomfördes under 2016 rör 2017 års prisändringar. Den genomsnittliga prisändringen per leverantör inom Prisdialogen var 0,4 procent i genomsnitt (0,3 procent räknat som ett genomsnitt per kommun). Det är en lägre prisändring än föregående år och kan jämföras med genomsnittet för Sveriges samtliga kommuner utifrån Nils Holgersson-undersökningen som var 0,9 %. Siffrorna är dock inte helt jämförbara.

Intervjuundersökningen med kunder kan sammanfattas i följande punkter.

- Två tredjedelar av kunderna som deltagit i Prisdialogens samrådsprocess instämmer helt eller i hög grad att prisändringen varit rimlig och enligt förväntningarna. Detta är signifikant högre än bland övriga kundgrupper.
- 80 procent av kunderna som deltagit i Prisdialogens samrådsprocess instämmer helt eller i hög grad att de fått tydlig information och att prisändringen meddelats i god tid. Detta är signifikant högre än bland övriga kundgrupper.
- Mindre än hälften av kunderna anser att kundernas medverkan i Prisdialogen har haft påverkan på prisändringar eller ger skydd mot kraftiga prisökningar. Det är ingen skillnad mellan de som deltagit i Prisdialogens samrådsprocess jämfört med övriga kunder.
- Bland kunderna som deltagit i samrådsprocessen är det ca en tredjedel som anser att de kunnat påverka sin leverantörs prismodell. Det är en klart högre andel än för övriga kunder, men underlaget är begränsat (frågan ställdes till de kunder som uppgett att deras leverantör ändrat sin prismodell).
- Ungefär 60 procent av kunderna som deltagit i samrådsprocessen anser att deras prismodell ger incitament att välja de miljömässigt rätta energieffektiviseringsåtgärderna. Det är en signifikant högre andel än för övriga kunder.
- Den totala nöjdheten med fjärrvärmeleverantören är högre bland kunderna som deltagit i Prisdialogens samrådsprocess jämfört med övriga kundkategorier. Dessa är också i större utsträckning än övriga kunder, mer nöjda med sin leverantör idag jämfört med för ett år sedan.



- Förväntningarna på en rimlig och förutsägbar prisutveckling på fjärrvärme är högst bland de kunder som deltagit i Prisdialogens samrådsprocess.

Baserat på svaren i kundundersökningen görs följande bedömning av måluppfyllelsen för Prisdialogen.

- God måluppfyllelse för 4 av 7 mål
- Begränsad måluppfyllelse för 2 av 7 mål
- Svag måluppfyllelse för 1 av 7 mål



# Innehåll

<b>1 Inledning.....</b>	<b>5</b>
1.1 Årlig uppföljning av Prisdialogens utveckling.....	5
1.2 Metod för genomförande av uppföljningen .....	6
<b>2 Jämförelse av prisändringar .....</b>	<b>10</b>
<b>3 Resultat från intervjuundersökning med kunder.....</b>	<b>11</b>
3.1 Kännedom om Prisdialogen bland fjärrvärmekunderna .....	11
3.2 Uppföljning av mål för Prisdialogen .....	12
3.3 Kundens nöjdhet med sin fjärrvärmeverantör .....	16
3.4 Framtida förväntningar på prisutvecklingen.....	18
3.5 Sammanfattning.....	18
<b>4 Bilaga: Kommentarer från kunder i intervjuundersökningen.....</b>	<b>21</b>



# 1 Inledning

En väl fungerande värmemarknad förutsätter både välinformerade kunder och leverantörer som öppet redovisar hur de ändrar sina priser. Därför har Riksbyggen, SABO och Energiföretagen Sverige tillsammans tagit fram Prisdialogen – mellan kunder och fjärrvärmeföretag. Prisdialogen är en modell som innefattar både lokal dialog och central prövning av prisändring på fjärrvärme.

Syftet med Prisdialogen är att stärka kundens ställning, att åstadkomma en rimlig, förutsägbar och stabil prisändring på fjärrvärme samt att bidra till ett ökat förtroende för fjärrvärmeleverantörernas prissättning. Prisdialogen är en utveckling och fördjupning av det samarbete som organisationerna presenterade 2011.

## 1.1 Årlig uppföljning av Prisdialogens utveckling

Prisdialogen har tidigare utvärderats dels av Energimarknadsinspektionen<sup>1</sup>, dels av parterna genom en oberoende granskare<sup>2</sup>. Utvärderingarna har konstaterat att Prisdialogen uppvisat god måluppfyllelse. Efter att ha delgivit resultaten från dessa utvärderingar skriver regeringen i budgetpropositionen för 2017 att den "bedömer att Prisdialogen har utvecklats positivt" och att den "noterar att såväl konsumenter som leverantörer är eniga om att initiativet stärkt konsumentens ställning och förbättrat förtroendet för fjärrvärmeföretagen." För att fullfölja ambitionerna med Prisdialogen har nu parterna upprättat ett system för årliga uppföljningar av initiativet.

Uppföljningsmodellen för Prisdialogen syftar ytterst till att ta fram ett faktaunderlag kring hur Prisdialogen fungerar och hur uppställda mål uppnås. Främst med fokus på värdet och upplevelsen av Prisdialogen för kunderna. Underlaget ska kunna användas både av parterna som står bakom initiativet för fortsatt utveckling av Prisdialogen samt av externa parter.

### 1.1.1 Uppföljning av målen för Prisdialogen

Prisdialogen har formulerat sju delmål. Målen följs enligt uppföljningsmodellen upp genom dels prisstatistik och dels intervjuer med kunder på ett liknande sätt som i utvärderingen av Prisdialogen år 2015. Intervjuerna med kunder kan metodmässigt genomföras som telefonintervjuer eller via webenkät. I tabell 1 redovisar vi hur de olika delmålen kan följas upp.

<sup>1</sup> Energimarknadsinspektionen (2016) *Utvärdering av branschinitiativet Prisdialogen*. Ei R2016:05.

<sup>2</sup> Kontigo (2015) *Prisdialogen gör skillnad: Utvärdering av måluppfyllelse och effekt för samverkan mellan fjärrvärmeleverantörer och kunder*.



Tabell 1. Delmål och metoder/datakällor för att följa upp dessa

Delmål	Datakälla/metod
1. Rimlig, förutsägbar och stabil prisutveckling över tid	
<i>Stabil prisutveckling</i>	Prisstatistik
<i>Rimlig och förutsägbar prisutveckling över tid</i>	Intervjuer med kunder
2. Transparens i prissättning och prisutveckling	Intervjuer med kunder
3. Tidig avisering av prisändringar för att underlätta hyresförhandlingar och budgetarbete	Intervjuer med kunder
4. Dialog där kunderna ges möjlighet att påverka fjärrvärmeleverantörens prisändringar	Intervjuer med kunder
5. Skydd för kunden från kraftiga prisökningar	Prisstatistik och intervjuer med kunder
6. Utrymme för kunder att kunna påverka utvecklingen av priskonstruktioner	Intervjuer med kunder
7. Priskonstruktioner som ger kunden ekonomiska incitament till energieffektiviseringsåtgärder som är riktiga ur ett miljömässigt systemperspektiv	Intervjuer med kunder

## 1.2 Metod för genomförande av uppföljningen

För att kunna följa upp målen som satts upp för Prisdialogen används två metoder.

### 1.2.1 Jämförelse av prisändringar

För att kunna följa upp mål 1 om stabil prisutveckling samt mål 5 om skydd för kunderna för kraftiga prisökningar, jämför vi prisändringar över tid. Prisuppgifterna som analysen grundar sig på har erhållits från Prisdialogen och Energiföretagen. Prisstatistiken består av årliga prisförändringar beräknade för typhuset, det s.k. Nils Holgerssonhuset, ett mindre flerfamiljshus med en årsförbrukning på 193 MWh. Prisändringarna redovisas per kommun.

En viktig utgångspunkt i uppföljningsmodellen är jämförelser av Prisdialogens effekter för kunder till leverantörer som är medlemmar i Prisdialogen och kunder till leverantörer som inte är det.

En försvårande omständighet i sammanhanget är att samtliga av de större leverantörerna idag är medlemmar i Prisdialogen. Till dessa finns därför ingen relevant kontrollgrupp. För de små och medelstora leverantörerna är det däremot möjligt att identifiera andra liknande leverantörer. Detta innebär att vi väljer ut leverantörer/fjärrvärmenät som inte är med i Prisdialogen, men som liknar de leverantörer/fjärrvärmenät som är medlemmar i Prisdialogen.

Till kontrollgruppen matchas leverantörer/fjärrvärmenät som inte är med i Prisdialogen baserat på tre faktorer; (1) totala fjärrvärmeleveranser (GWh), (2) prisnivå, samt (3) genomsnittlig prisändring senaste 3 åren. Matchningen görs med statistisk metod (PSM – propensity score matching) baserat på dessa tre variabler.



I uppföljningen av prisändringar görs jämförelser mellan tre grupper av leverantörer:

- Stora fjärrvärmeleverantörer/nät som är medlemmar i Prisdialogen
- Små- och medelstora fjärrvärmeleverantörer/nät som är medlemmar i Prisdialogen
- Små- och medelstora fjärrvärmeleverantörer/nät som inte är medlemmar i Prisdialogen (kontrollgruppen)

## 1.2.2 Kundernas uppfattning om måluppfyllelse

En viktig del av måluppföljningen är intervjuer med kunder, med syfte att analysera kundernas uppfattning om måluppfyllelse. Målgrupp för undersökningen är kunder till fjärrvärmeleverantörer inom tre grupper:

1. Kunder som deltagit i Prisdialogens dialogprocess
2. Kunder som inte deltagit i Prisdialogens dialogprocess, men är kunder till leverantörer i nät som är medlemmar
3. Kontrollgrupp; kunder till leverantörer som inte är medlem i Prisdialogen

Syftet med att involvera grupp 2 i undersökningen är att jämföra kundernas attityder och nöjdhet oavsett om de deltagit i samrådsprocessen eller inte.

### 1.2.2.1 Mätning av kundernas uppfattning om måluppfyllelse

Kundernas uppfattning om måluppfyllelse mäts genom att de får ta ställning till i vilken utsträckning de instämmer i olika påståenden. Kundrepresentanterna ombeds göra sin bedömning på skala 1-5, där 1 = instämmer inte alls och 5 = instämmer helt. En generell tolkning av svaren är:

- Värde 4-5 = instämmer helt/hög grad
- Värde 3 = neutral inställning
- Värde 1-2 = instämmer inte alls/i låg grad

Värde 4-5 bör tolkas som god måluppfyllelse. Frågornas koppling till de olika målen för Prisdialogen redovisas i tabell 2 nedan.



Tabell 2. Frågor i kundundersökningen och koppling till respektive mål för Prisdialogen

Mål/frågeområde	Frågeställningar
1. Rimlig och förutsägbar prisutveckling över tid	Prisändringen har varit rimlig Prisändringen var enligt våra förväntningar
2. Transparens i prissättning och prisutveckling	Vi har fått tydlig information som gör att vi förstår vad som påverkat prisändringen
3. Tidig avisering av prisändringar för att underlätta hyresförhandlingar och budgetarbete	Prisändringen har meddelats i god tid i förhållande till vår verksamhet
4. Dialog där kunderna ges möjlighet att påverka fjärrvärmelieferantörens prisändringar	Kundernas deltagande i Prisdialogen har påverkat prisändringar över tid
5. Skydd för kunden från kraftiga prisökningar	Prisdialogen ger ett skydd från kraftiga prisökningar på fjärrvärme
6. Utrymme för kunder att kunna påverka utvecklingen av priskonstruktioner	Vi har kunnat påverka fjärrvärmelieferantörens prismodell
7. Priskonstruktioner som ger kunden ekonomiska incitament till energieffektiviseringsåtgärder som är riktiga ur ett miljömässigt systemperspektiv	Fjärrvärmelieferantörens prismodell ger oss incitament att välja miljömässigt bra energieffektiviseringsåtgärder

### 1.2.2.2 Undersökningens genomförande

Undersökningen har genomförts i form av strukturerade telefonintervjuer (frågor med fasta svarsalternativ) med representanter för kunder i de tre målgrupperna. Kontaktuppgifter till representanter för kunder i grupp 1 har hämtats från Prisdialogens samrådsprotokoll (max 1 representant per kund). Kontaktuppgifter till representanter för kunder i grupp 2 och 3 har hämtats från Bisnode (angiven kontaktperson på företaget; t.ex. VD, platschef eller teknisk chef/miljöchef). Urvalet av kunder utgörs av bostadsföretag i de kommuner där identifierade fjärrvärmeföretag levererar fjärrvärme.

I grupp 1 har de representanter för fjärrvärmekunder som finns namngivna i samrådsprotokollen för Prisdialogen sökts på direktnummer alt via växelnummer till företaget.

I grupp 2 och 3 har i Bisnode angiven kontaktperson på företaget sökts via direktnummer alt via växelnummer. Vid telefonkontakt har intervjuaren frågat om personen är ansvarig för företagets kontakt med fjärrvärmelieferantören och/eller ansvarig för företagets inköp av fjärrvärme.





### 1.2.2.3 Svarspopulation

Målet med undersökningen var att nå ca 100 kundrepresentanter inom respektive grupp. I grupp 1 gick det relativt enkelt att fylla kvoten om 100 svarande. I grupp 2 och 3 har kvoten inte fyllts. Bortfallet i undersökningen för grupp 2 och 3 är relativt stort. Viktiga förklaringar är:

- Kundrepresentanten vill inte delta i undersökningen
- Inget svar (trots 7-8 kontaktförsök)
- Felaktigt telefonnummer eller ej målgruppsaktuell (t.ex. att företaget inte säger sig vara fjärrvärmekund)

Tabell 3. Svarande i undersökningen

	Bruttourval, antal kontaktuppgifter	Antal genomförda intervjuer
<b>Grupp 1</b>	278	100
<b>Grupp 2</b>	450	79
<b>Grupp 3</b>	305	78



## 2 Jämförelse av prisändringar

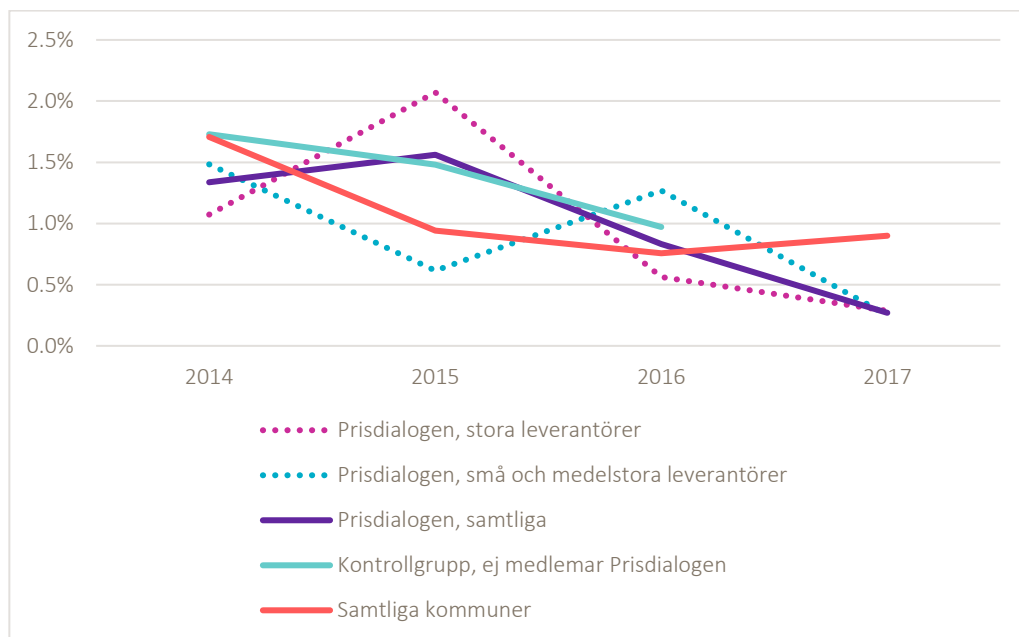
Den första delen av uppföljningen fokuserar på årliga prisändringar på fjärrvärme. Denna del syftar till att följa upp målen om stabil prisutveckling (mål 1) samt skydd för kunden från kraftiga prisökningar (mål 5).

Prisdialogen som genomfördes under 2016 rör 2017 års prisändringar. Den genomsnittliga prisändringen per leverantör inom Prisdialogen var 0,4 procent i genomsnitt (0,3 procent räknat som ett genomsnitt per kommun).

I figur 1 nedan redovisas den genomsnittliga prisändringen per kommun för ett mindre flerbostadshus, det så kallade Nils Holgerssonhuset, under perioden 2014–2017. Prisdialogen jämförs dels med en kontrollgrupp av leverantörer som liknar de som är medlemmar i Prisdialogen och dels jämför vi med genomsnittet per kommun för samtliga kommuner. Skillnaderna mellan Prisdialogen, kontrollgrupper och genomsnittet för samtliga kommuner är generellt små. Skillnaden i prisändring mellan Prisdialogen och kontrollgruppen med leverantörer som liknar dem i Prisdialogen, är signifikant lägre för 2014, men inte för övriga år där vi har helt jämförbara data (fram till 2016).

För 2017 är det de genomsnittliga prisändringarna som rapporterats in av respektive leverantör inom Prisdialogen. Detta är inte detsamma som prisändringen för Nils Holgerssonhuset. Därav ska skillnaderna mellan Prisdialogens medlemmar och genomsnittet för samtliga kommuner tolkas med försiktighet för just 2017.

Figur 1. Genomsnittlig prisändring per kommun för ett mindre flerbostadshus\* under perioden 2014-2017



\*Det så kallade Nils Holgerssonhuset, årsförbrukning: 193 MWh, flöde: 3860 m<sup>3</sup>, effekt: 57 kW



# 3 Resultat från intervjuundersökning med kunder

I redovisningen av resultaten från undersökningen används följande benämningar:

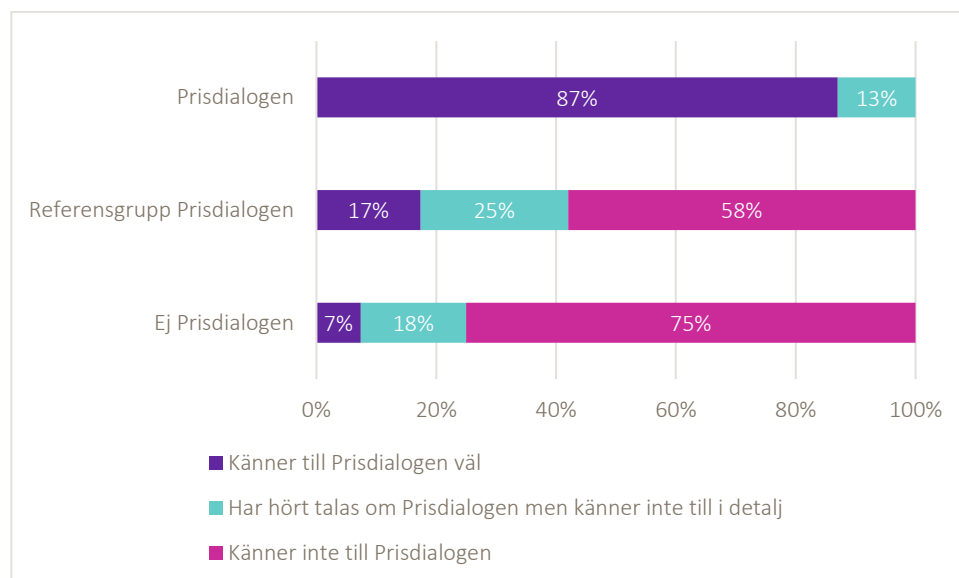
1. Prisdialogen = Kunder till fjärrvärmelieferantörer som är medlemmar i Prisdialogen och som deltagit i samrådsprocess
2. Referensgrupp Prisdialogen = Kunder till fjärrvärmelieferantörer som är medlemmar i Prisdialogen, men som inte deltagit i samrådsprocess
3. Ej Prisdialogen = Kunder till fjärrvärmelieferantörer som inte är medlemmar i Prisdialogen (Kontrollgruppen)

## 3.1 Kännedom om Prisdialogen bland fjärrvärmekunderna

Inledningsvis undersöks kännedomen om branschinitiativet Prisdialogen bland kunderna.

Kännedomen om Prisdialogen är störst bland kunder som deltagit i samrådsprocess. Av dessa känner 87 procent väl till Prisdialogen. I referensgruppen för Prisdialogen är det 17 procent som känner till väl, 58 procent känner inte till alls. Bland kunder till leverantörer som inte är medlemmar är det 7 procent som känner till väl, 75 procent känner inte till Prisdialogen alls.

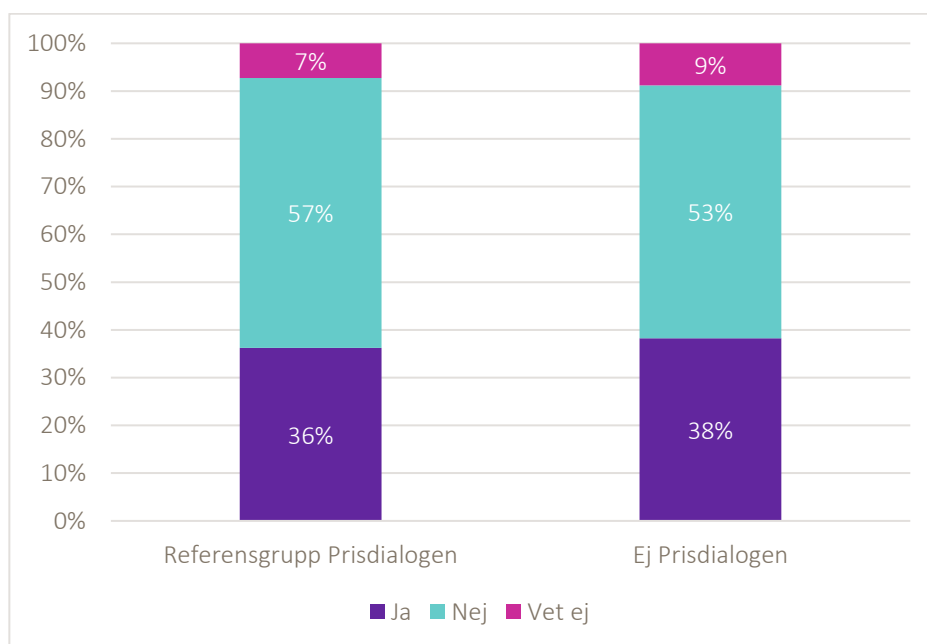
Figur 2. Hur väl känner du till branschinitiativet Prisdialogen?



En intressant aspekt att undersöka i vilken mån det finns en dialog om prisändringar mellan leverantörer och kunder utanför Prisdialogens samrådsprocess. Denna fråga ställdes till de kunder som inte varit med i samrådsprocessen.

En dryg tredjedel av kunderna som inte deltagit i samrådsprocess för Prisdialogen, uppger att de haft någon form av dialog om prisändringar för 2017 med sin leverantör. Det är ingen skillnad mellan de som är kunder till fjärrvärmeleverantörer som är medlemmar och de som inte är medlemmar

**Figur 3. Har ni haft någon form av dialog eller diskussion om prisändringar för år 2017 med er fjärrvärmeleverantör?**



## 3.2 Uppföljning av mål för Prisdialogen

I detta avsnitt följer vi upp kundernas uppfattning om måluppfyllelse för Prisdialogen.

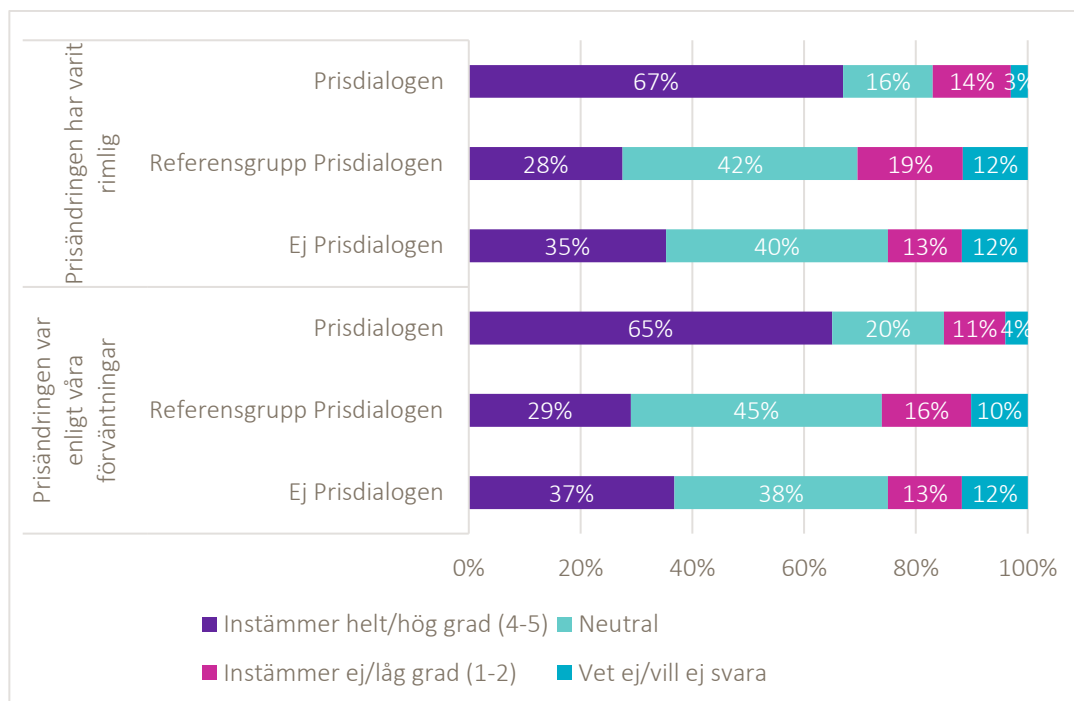
### 3.2.1 Mål 1: Rimliga prisändring och prisändring enligt förväntningar

Det första och mest prioriterade målet för Prisdialogen handlar om rimlig och förutsägbar prisutveckling över tid.

Utifrån resultat i intervjuundersökningen ser vi i figur 4 att två tredjedelar av kunderna som deltagit i Prisdialogens samrådsprocess instämmer helt eller i hög grad att prisändringen varit rimlig och enligt förväntningarna. Motsvarande andel bland kunderna i referensgruppen och bland kunder utanför Prisdialogen, är ca en tredjedel. Det är en signifikant skillnad mellan kunder som deltagit i samråd och övriga två grupper.



Figur 4. I vilken utsträckning instämmer du i följande påståenden om det senaste årets prisändring på fjärrvärme?



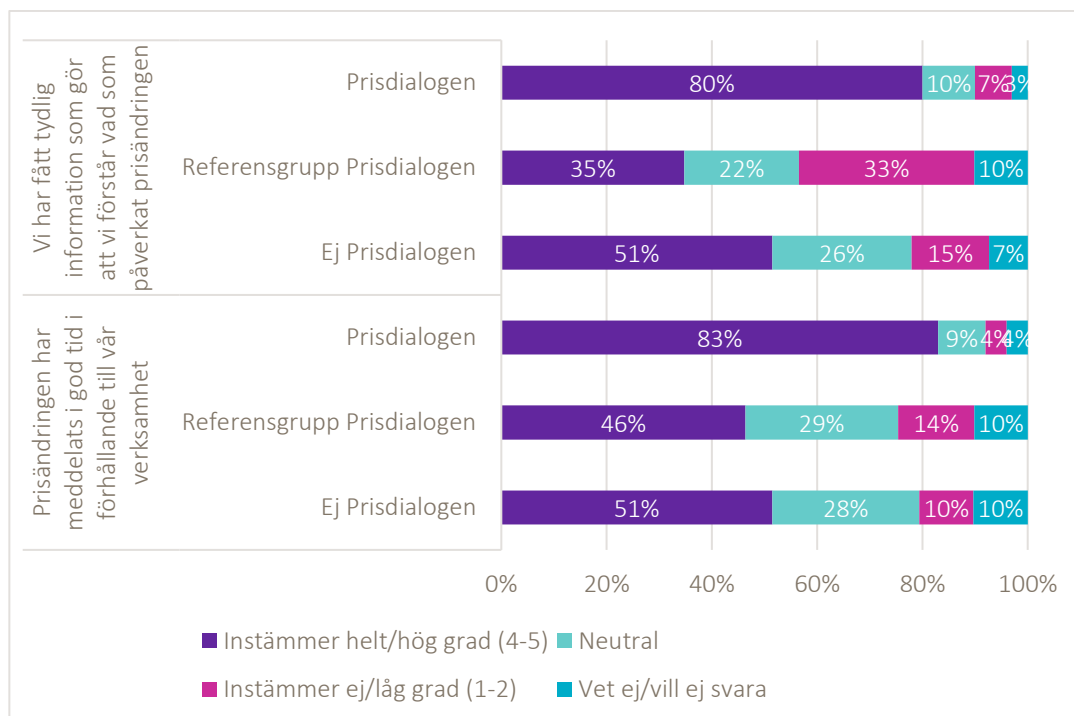
### 3.2.2 Mål 2 och 3: Tydlig information och meddelande om prisändring i god tid

Det andra och tredje målet för Prisdialogen innebär att det ska finnas en transparens i prissättning och prisutveckling samt tidig avisering av prisändringar för att underlätta hyresförhandlingar och budgetarbete.

Vad gäller dessa båda mål så anger 80 procent av kunderna som deltagit i Prisdialogens samrådsprocess att de instämmer helt eller i hög grad att de fått tydlig information och att prisändringen meddelats i god tid. En klart lägre andel i övriga två grupper instämmer helt eller i hög grad att de fått tydlig information och att prisändringen meddelats i god tid. Det är en signifikant skillnad mellan kunder som deltagit i samråd och övriga två grupper.



Figur 5. I vilken utsträckning instämmer du i följande påståenden om det senaste årets prisändring på fjärrvärme?



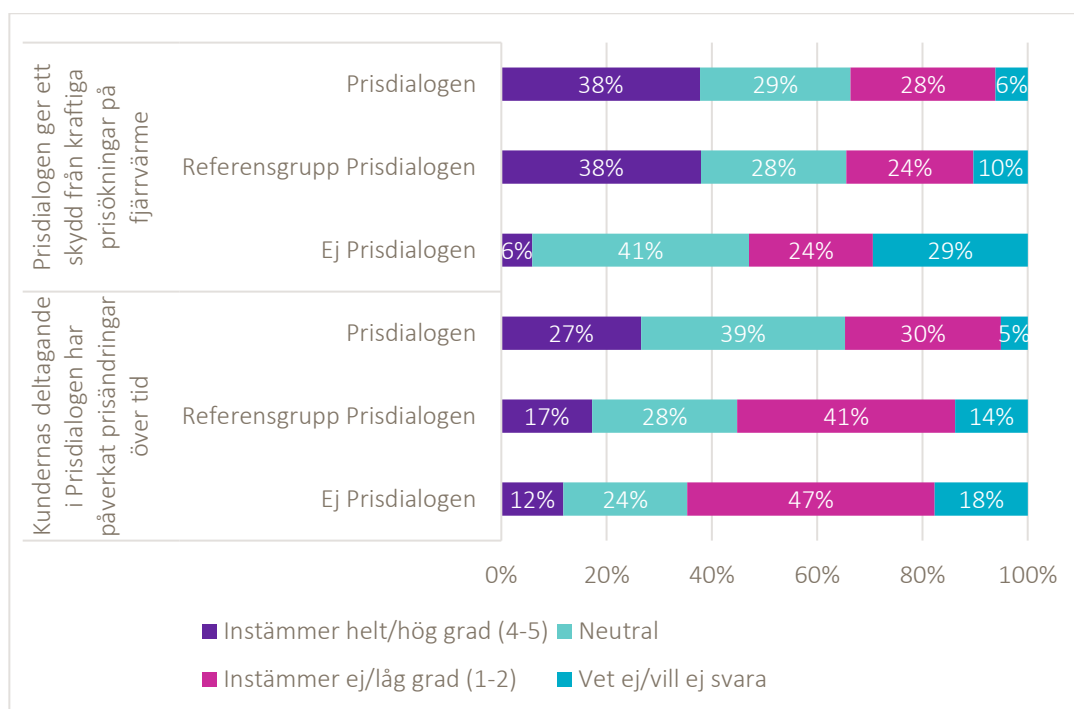
### 3.2.3 Mål 4 och 5: Prisdialogens påverkan på prisändringar och skydd mot prisökningar

Mål 4 och 5 för Prisdialogen innebär att kunderna ska ges möjlighet att påverka fjärrvärmeleverantörens prisändringar genom dialog och att Prisdialogen ska bidra med skydd för kunden från kraftiga prisökningar.

Knappt 30 procent av företagen som deltagit i samrådsmöten bedömer att kundernas medverkan i Prisdialogen har påverkat prisändringar över tid. Något fler, knappt 40 procent, anser att Prisdialogen ger ett skydd från kraftiga prisökningar. Den statistiska analysen visar inte på några skillnader mellan kunder som deltagit eller inte deltagit i samråd. Bland kunder till icke-medlemmar är det få som instämmer i påståendena, med största sannolikhet eftersom de inte känner till Prisdialogen.



Figur 6. Anser du att...



### 3.2.4 Mål 6 och 7: Påverka prismodell och prismodellens incitament till energieffektivisering

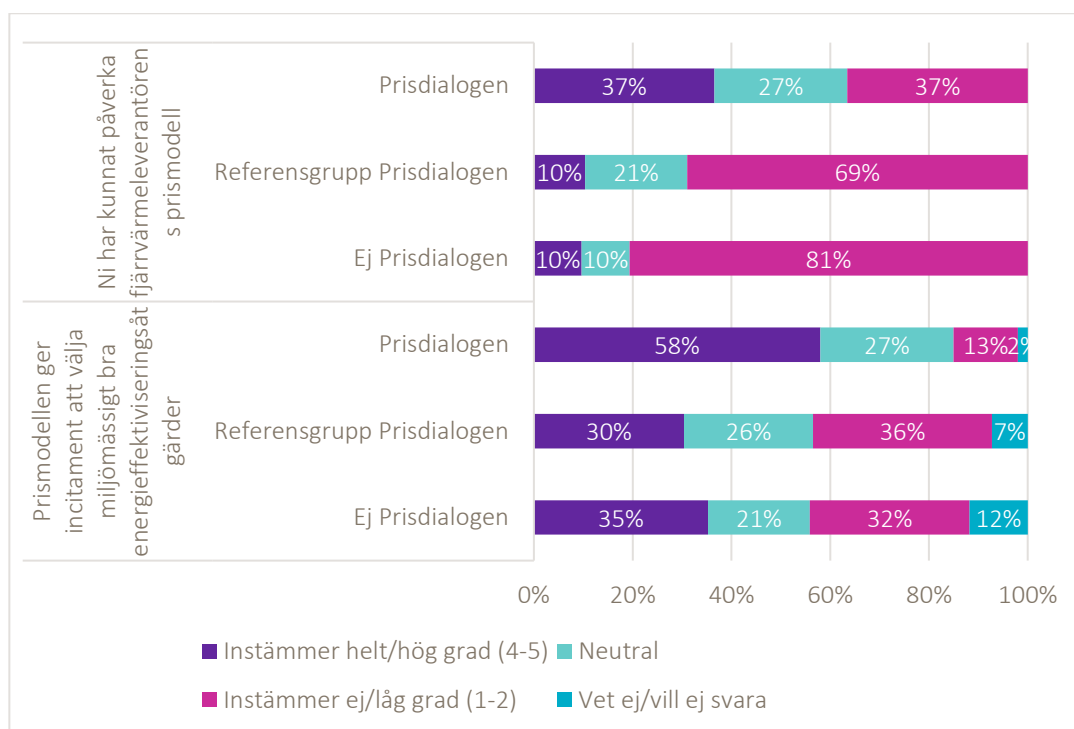
Mål 6 och 7 för Prisdialogen innebär att kunderna ska ges utrymme att kunna påverka utvecklingen av priskonstruktioner (leverantörens prismodell) samt priskonstruktioner som ger kunden ekonomiska incitament till energieffektiviseringsåtgärder som är riktiga ur ett miljömässigt systemperspektiv. Till saken hör att leverantörerna inte förändrar sin prismodell på årsbasis, utan med längre tidsintervaller.

Figur 7 visar att bland kunderna som deltagit i samrådsprocessen är det ca en tredjedel som anser att de kunnat påverka sin leverantörs prismodell. Det är en klart högre andel än för övriga kunder, men underlaget är begränsat då frågan enbart ställdes till de kunder som uppgett att deras leverantör ändrat sin prismodell.

Ungefär 60 procent av kunderna som deltagit i samrådsprocessen anser att deras prismodell ger incitament att välja de miljömässigt rätta energieffektiviseringsåtgärderna. Det är en högre andel än för övriga.



Figur 7. Anser du att...



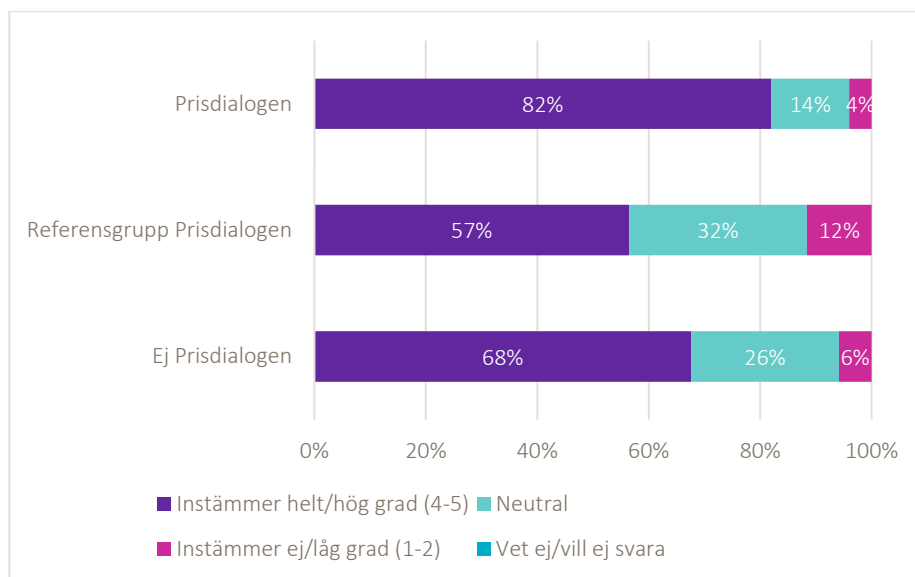
### 3.3 Kundens nöjdhet med sin fjärrvärmelieferantör

Utöver frågor som specifikt rör måluppfyllelse för Prisdialogen, så ställdes i undersökningen också frågor om kundernas nöjdhet med sin fjärrvärmelieferantör (figur 8).

Den totala nöjdheten med fjärrvärmelieferantören är högst bland dem som deltagit i Prisdialogens samrådsprocess. Andelen nöjda kunder är signifikant högre bland de som deltagit i samrådsprocessen än för övriga två grupper.



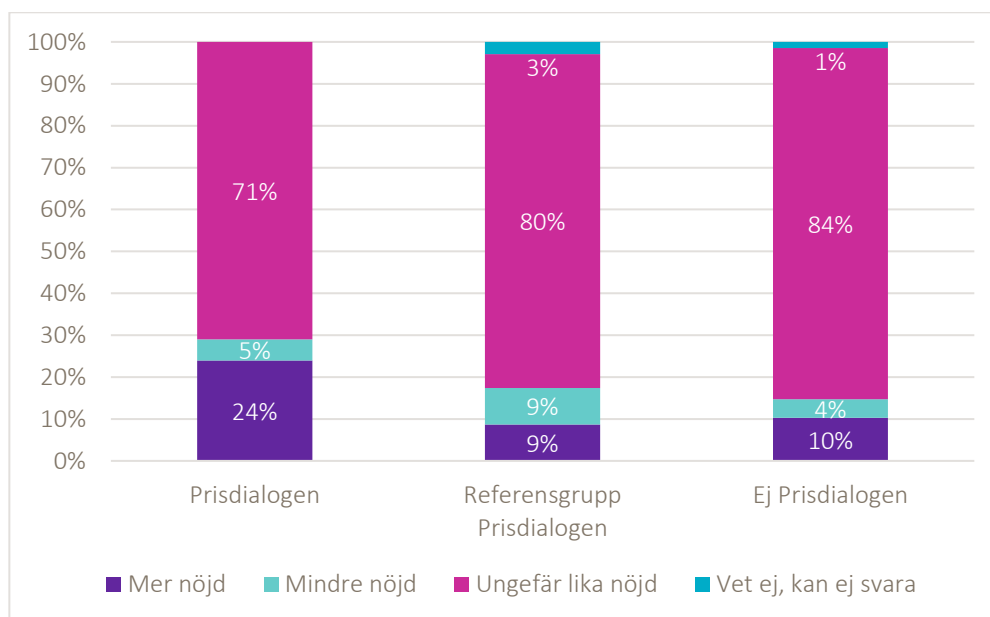
Figur 8. Är du totalt sett nöjd med er fjärrvärmelieferantör?



En kompletterande fråga ställdes även med syfte att undersöka om kunderna idag är mer eller mindre nöjd jämfört med ett år sedan, se figur 9.

En fjärdedel av kunderna som medverkat i Prisdialogens samrådsprocess är mer nöjda med sin leverantör jämfört med för ett år sedan. Detta är en mer än dubbelt så stor andel jämfört med övriga kundkategorier. De allra flesta kunderna är dock ungefär lika nöjda idag som för ett år sedan.

Figur 9. Är du totalt sett mer nöjd eller mindre nöjd med er fjärrvärmelieferantör idag än för ett år sedan?

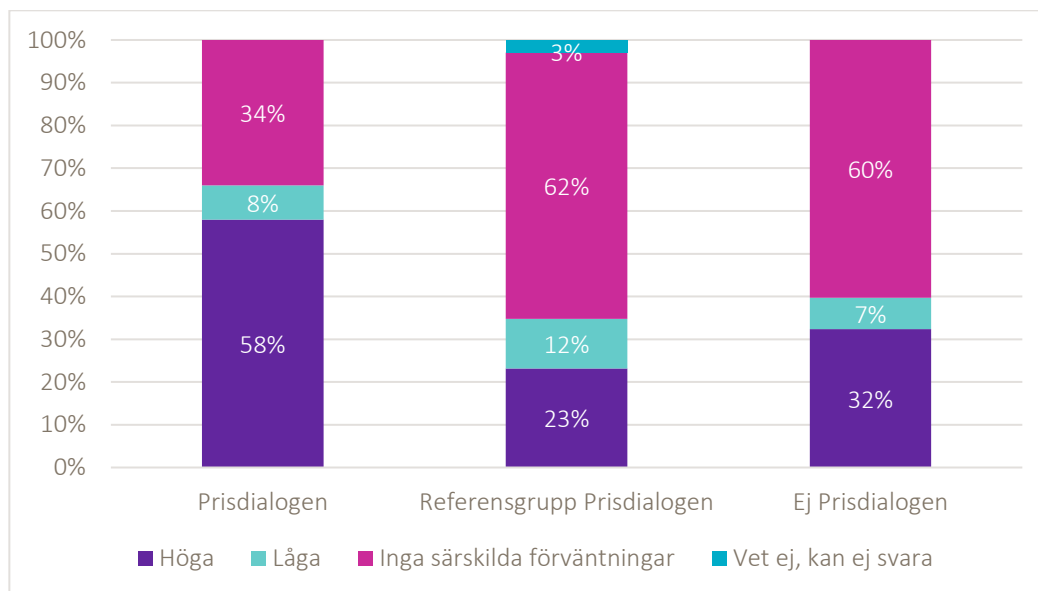


## 3.4 Framtida förväntningar på prisutvecklingen

Kundernas framtida förväntningar på prisutvecklingen på fjärrvärme är också intressant att undersöka.

Förväntningarna på en rimlig och förutsägbar prisutveckling på fjärrvärme är högst bland de kunder som deltagit i samrådsprocess. Ca 60 procent av dessa har höga förväntningar framöver. Detta är en cirka dubbelt så stor andel som i övriga två grupper, där de flesta svarar att de inte har några särskilda förväntningar.

**Figur 10. Hur skulle du beskriva dina förväntningar framöver på en rimlig och förutsägbar prisutveckling på fjärrvärme: har du höga, låga eller inga särskilda förväntningar på en rimlig och förutsägbar prisutveckling på fjärrvärme framöver?**



## 3.5 Sammanfattning

Intervjuundersökningen med kunder kan sammanfattas i följande punkter.

- Kännedomen om Prisdialogen är som väntat klart störst bland de kunder som deltagit i samrådsprocess. 87 procent av de kunder som deltagit i samrådsprocessen uppger att de känner till Prisdialogen väl. Motsvarande andel bland kunder som inte deltagit i samrådsprocessen (men är kunder till leverantörer som är medlemmar) är 17 procent.
- Två tredjedelar av kunderna som deltagit i Prisdialogens samrådsprocess instämmer helt eller i hög grad att prisändringen varit rimlig och enligt förväntningarna. Detta är signifikant högre än bland övriga kundgrupper.
- 80 procent av kunderna som deltagit i Prisdialogens samrådsprocess instämmer helt eller i hög grad att de fått tydlig information och att prisändringen meddelats i god tid. Detta är signifikant högre än bland övriga kundgrupper.



- Klart mindre än hälften av kunderna anser att kundernas medverkan i Prisdialogen har haft påverkan på prisändringar eller ger skydd mot kraftiga prisökningar.
- Bland kunderna som deltagit i samrådsprocessen är det ca en tredjedel som anser att de kunnat påverka sin leverantörs prismodell. Det är en klart högre andel än för övriga.
- Ungefär 60 procent av kunderna som deltagit i samrådsprocessen anser att deras prismodell ger incitament att välja de miljömässigt rätta energieffektiviseringsåtgärderna. Det är en högre andel än för övriga.
- Den totala nöjdheten med fjärrvärmeleverantören är högre bland kunderna som deltagit i Prisdialogens samrådsprocess jämfört med övriga kundkategorier. Dessa är också i större utsträckning än övriga kunder, mer nöjda med sin leverantör idag jämfört med för ett år sedan.
- Förväntningarna på en rimlig och förutsägbar prisutveckling på fjärrvärme är högst bland de kunder som deltagit i Prisdialogens samrådsprocess.








### 3.5.1 Bedömning av måluppfyllelse baserat på kundernas uppfattning

Baserat på svaren i kundundersökningen görs följande bedömning av måluppfyllelsen för Prisdialogen.

- God måluppfyllelse för 4 av 7 mål
- Begränsad måluppfyllelse för 2 av 7 mål
- Svag måluppfyllelse för 1 av 7 mål



Figur 11. Bedömning av måluppfyllelse

Mål/frågeområde	Tendens	Bedömning
Rimlig och förutsägbar prisutveckling över tid		God måluppfyllelse
Transparens i prissättning och prisutveckling		God måluppfyllelse
Tidig avisering av prisändringar för att underlätta hyresförhandlingar och budgetarbete		God måluppfyllelse
Dialog där kunderna ges möjlighet att påverka fjärrvärmeleverantörens prisändringar		Svag måluppfyllelse
Skydd för kunden från kraftiga prisökningar		Begränsad måluppfyllelse
Utrymme för kunder att kunna påverka utvecklingen av priskonstruktioner		Begränsad måluppfyllelse
Priskonstruktioner som ger kunden ekonomiska incitament till energieffektiviseringsåtgärder som är riktiga ur ett miljömässigt systemperspektiv		God måluppfyllelse

## 4 Bilaga: Kommentarer från kunder i intervjuundersökningen

Som en avslutande fråga i intervjuundersökningen fick de svarande möjlighet att lämna någon avslutande kommentar om de har något förslag på hur dialogen med fjärrvärmelieferantören kan förbättras på något sätt?

Svaren redovisas nedan.

Tabell 4. Kommentarer från kunder i grupp 1, som har deltagit i Prisdialogens samrådsprocess

Kommentar
Alternativa kalkyler behöver bli mer transparenta
Att de lyssnar mer på kunderna, t ex genom prisdialogen
Att direkt vid kontakt med kundservice få en kontaktperson så att man inte får en ny varena gång man hör av sig.
Att släppa monolet på fjärrvärme, kanske ha det som med elnätet fungerar istället
De är väl att vara lyhörd för sina kundsegment
Det tar för mycket tid med för många möten, och inför de möten som hålls borde det skickas ut information i förväg så att man kan vara beredd och hänga med när mötet väl startar
Fjärrvärmebolagen skall ta fram kalkylmodeller för att jämföra fjärrvärme i kontrast till bergvärme per fastighet
Fler fysiska kontakter per år, t ex. möten
Fler informationsmöten där man kan träffas och diskutera prisändringar och varför dessa sker
Ha träffar med leverantörerna och ha ett branschforum för specifikt fastighetsbranschen
Hoppas på en bibehållen bra dialog
Ja, det är att få ett bättre kundtagande
Jobba förebyggande även på andra områden än fjärrvärme
Komma med åtgärdsförslag, eftersom de sitter på all information kring lägenhetsförbrukningen, och kommunicera en tydligare prismodell till oss kunder
Känner att de behöver en följsamhet när det gäller nya utbyggnadsområden så att de kan säkra fjärrvärmeanslutningar
Leverantören har startat en kundgrupp för dialog och det är mycket positivt. Borde göras likadant på fler håll.
Man bokar tid och sätter sig i ett rum och för möte och ser till att de som leverantörer fullföljer (på sin sida) det vi kom överens om från förra året. Så att vi kan se att de lever upp till vad vi bestämt. Då kan vi se att vi tjänar på denna prisdialog. Märker vi att de inte kan jobba med detta och leverera så kommer vi hoppa av detta samarbete helt enkelt
Mer information kring driftavbrott, gärna genom mejl eller sms till oss driftchefer
Mer transparens kring leverantörens vinstkrav
Personligt inbjudande till luncher där vi kan sitta och diskutera saker som är relevanta för mig och mitt företag
Skulle vilja se mer konkret hur man kan minska kostnaderna i effektivitet. Det skulle leverantörerna kunna ta upp under de träffar man har med dialogen.
Uppföljning av att prisdialogen går till som den ska (lite det som ni gör nu mer intervju via telefon), det är viktigt.
Vi har flera leverantörer, och vissa av den har vi ingen dialog med alls, medan vår största leverantör har utmärkt dialog med oss. Så en önskan vore att alla företag som levererar fjärrvärme kunde ha någorlunda lika bra dialog, så det inte blir ett sådant glapp i information som ges ut mellan dem.



Ägarna till företagen som levererar fjärrvärme kan delta på mötena tillsammans med oss kunder
Ännu mer insyn i leverantörernas avkastningskrav. De skulle kunna dela med sig av det på mötena till exempel.
Ökad lyhörddhet under möten och ta till sig det som kunderna säger
Ömsesidigt jobb med tanke på verksamhet och mål

Tabell 5. Kommentarer från kunder i grupp 2 och 3

Grupp	Kommentar
2: Referensgrupp, kunder som inte deltagit i samrådsprocess	Att de blir kommunaliserande och mindre företagstänk
	Att det finns en dialog till att börja med, just nu för de endast ut information och kunden har inget att säga till om
	Att i god tid innan årsskiftet skicka ut information om eventuella prisändringar
	Att informationen faktiskt kommer ut
	Båda parter borde försöka upprätthålla kontakten lite bättre
	Bättre pris
	De borde komma ut själva till de större konsumenterna
	De får utveckla sig inom hus då de har en gammalmodig prismodell som ej är kund anpassad
	Genom att man ofta har fler dialoger med ens fjärrvärmeleverantör
	Ha en dialog med enskild kund instället för ett stort möte med alla kunder samtidigt
	Ja, jag tror väl att de är bra att man kan ha en dialog direkt eller via telefon med ens fjärrvärmeleverantör, då vi inte har någon alls idag
	Sänka priserna
	Sänkta priser
	Tillåta konkurrenter
	Tycker att man ska kunna förhandla priserna istället för att de ska bestämmas ensidigt
Vill gärna att de årligen skickar ut information om hur priser och kostnader förändras, så att man slipper ringa dit och ta reda på det själv	
3: Kontrollgrupp, kunder till leverantörer som inte är medlem i Prisdialogen	Att de innan en prisändring har en dialog med kunderna. De måste börja tänka på att kunderna när som helst kan byta från fjärrvärme till något annat
	Att kunder och leverantörer kan ha en bra stabil dialog med varandra, då de är det enda sättet man kan påverka priset
	Att man faktiskt blir kontaktad av leverantörerna och får den information som behövs
	De kan ej hålla på att höja priset på detta viset, och att det finns i princip alla typer av pumpar idag och alla byts ut och att de ej kommer finnas kvar om de håller på detta vis inom 20år
	Det är ju lånsiktigheten som jag tror är 2-3år framåt men också belyser troligt 10år eller 5år sikt att de bra visa i ett tidigt skede både som leverantör samt kund att få veta
	Det är monopol, man kan inte göra så mycket
	Med regelbundna möten
	Personliga informationsmöten
	Tycker att det ska finnas en möjlighet att sätta sig ner och resonera om priserna

