



STRATEGISKE VARMETPRISER

INTRODUKTIONS-RABAT, PROCESKUNDETARIF OG ANDRE FORMER FOR PRISDIFFERENTIERING

Varmeforsyningsvirksomheder efterspørger i højere grad muligheder for strategisk prisfastsættelse i kampen om kunderne. Det er ikke muligt i nye projekter at binde nye forbrugere til den kollektive forsyning, og lavere elafgifter har gjort varmepumper mere konkurrencedygtige i forhold til kollektiv fjernvarme. Introduktionsrabat kan tiltrække nye kunder, og specielle tariffer, fx for proceskunder og lavenergibygninger, kan gøre den kollektive forsyning til en god løsning.

Varmeforsyningslovens udgangspunkt er, at forbrugerne får varme leveret på lige vilkår. Det kaldes også pris-harmonisering. Det er muligt inden for prisharmonisering at tage hensyn til forhold, der forøger eller reducerer omkostninger, og variere priserne herefter.

VARMEFORSYNINGSLovens RAMMER FOR STRATEGISK PRISFASTSÆTTELSE
Hvis den kollektive varmforsyning skal være attraktiv for mange forskellige kunder, kan det imidlertid kræve en god

prisstrategi, som giver mulighed for at variere priserne i langt højere grad. En prisdifferentiering skal opfylde visse kriterier.

Varmeforsyningsvirksomheder har ikke pligt til at prisdifferentiere. Det er tilladt at betragte alle omkostninger som fællesomkostninger, så alle forbrugere betaler herfor. Der er heller ikke noget til hinder for, at alle forbrugere får gavn af eventuelle besparelser eller fordele.

Prisharmonisering: På hvilken måde må taksterne føre til forskellig betaling?

Varmeforsyningsvirksomheder kan i deres almindelige prissystem for fordeling af omkostningselementer tage hensyn til kunder med et forholds-mæssigt stort forbrug eller god afkøling. De faste omkostninger fordeles typisk via en pris pr. kvadratmeter og de variable omkostninger via en pris pr. MWh. Virksomheder må herved godt sætte enhedsprisen ned for store ejendomme og storforbrugere. Det giver en trappemodel, hvor omkostningerne pr. kvadratmeter eller MWh falder, jo større det opvarmede areal er, eller jo mere varmekunden aftager. Storkunder får fordel af en sådan tarifstruktur. Prissystemet må desuden gerne indeholde en bonus for lav

returtemperatur for at tilgodese kunder, der er gode til at udnytte varmen, hvilket giver energibesparelser.

Prisharmonisering: Hvor store forskelle kan varmforsyningsvirksomheden indbygge i priserne?

Trappemodeller, særlig kølerabat eller anden variation forudsætter, at prissystemet overordnet set er kostægte. Et prissystem, der iagttager en kostægte tarifiering og lige vilkår for alle, skal ikke opfylde særlige kriterier. Hvis priserne ikke afspejler forhold, der typisk nedbringer eller forøger omkostninger, ville det kunne betragtes som ulige vilkår. Priserne skal dog som altid være rimelige.

Prisdifferentiering: Hvordan må der gøres forskel på kunderne i taksterne?

En prisdifferentiering er en særordning for specifikke kundegrupper eller et geografisk område. Der er gode muligheder for at fastsætte strategiske, konkurrencedygtige varmepriser, så længe priserne er rimelige, og prisforskellen er omkostningsbestemt.

Virksomheder kan anvende prisdifferentiering ud fra forskellige strategier.

Ved udvidelse af forsyningsområdet kan varmevirksomhedens strategi være at beskytte de eksisterende forbrugere mod stigende varmepriser. Det kan være relevant, når der tilsluttes nye områder, der kræver store investeringer, eller ved overtagelse af et eksisterende værk med en større gæld. Priserne kan i så fald differentieres således, at alene forbrugerne i de nye områder betaler for disse meromkostninger.

En udbygningsstrategi kan dog også sigte på at få de nye forbrugere koblet på hurtigst muligt. I så fald vil potentielle kunder midlertidigt kunne tilbydes en rabat for at fremme tilslutningen.

En god prisstrategi vil desuden ofte indeholde tiltag rettet mod storkunderne. Det er svært at sikre økonomien i den kollektive forsyning uden tilslutning af storkunderne i området. Ifølge lov-motiver fra en ændring af varmforsyningsloven i 2015 er det formentlig muligt at give en permanent rabat til storkunder for at forhindre, at de udtræder, hvis det samlet set er til fordel for de øvrige forbrugere.

Nedenfor har vi givet enkelte eksempler på specielle tariffer, som virksomheder kan bruge i deres prisstrategi.

PROCESKUNDETARIF: KAN PROCESVARME LEVERES MED RABAT?

Proces(varme)kunder har ofte gode alternativer til fjernvarme. Det er derfor vigtigt at kunne tilbyde dem gunstige prisvilkår. Proceskunder kan få leveret varme til en særskilt tarif, forudsat at denne tarif afspejler de omkostnings-besparelser, som proceskunden medfører for varmforsyningsvirksomheden og de øvrige forbrugere.

For det første er proceskunder ofte storforbrugere, der medfører mindre administrative omkostninger end en gruppe kunder, som tilsammen har det samme forbrug. For det andet vil proceskunder typisk have et stabilt forbrug over året. Deres forbrug vil ikke falde i sommermånederne, som det gør ved almindelige forbrugere, der anvender varmen til rumopvarmning. Især for fx affaldsforbrændingsanlæg kan det stabile forbrug i sommerhalvåret nedbringe omkostninger til bortkøling og sæsonudjævning (fx mellemdeponi af affald).

INTRODUKTIONS-RABAT: I HVILKET OMFANG MÅ MAN GIVE RABAT FOR AT FÅ NYE KUNDER TILSLUTTET?

Når der kommer nye kunder på, vil priserne kunne nedsættes for alle, fordi der er flere til at betale de faste omkostninger. Det kan derfor være til fordel for alle at tilbyde nye kunder en introduktionsrabat for at lokke flere på og samtidig så hurtigt som muligt. En sådan rabat er i overensstemmelse med reglerne, hvis:

- Rabat er nødvendig for at sikre (hurtigere) tilslutning af de nye kunder.
- Udvidelse af kundegrundlaget som følge af rabat har en mærkbar effekt på varmeprisen.
- Den samlede rabat ikke overstiger de besparelser, som tilslutningen medfører på sigt.
- Rabat kun ydes i en periode på maksimalt fem år.

Nye kunder kan ikke tilbydes varige gunstige prisvilkår. Rabatten betyder, at alene de nye kunder får den lavere faste afgift, der opstår, når der er flere til at betale de faste omkostninger, mens prisen for de eksisterende kunder holdes på samme niveau. Efter maksimalt fem år skal fordelene ved udvidelse af kundegrundlaget også komme de eksisterende kunder til gode. I sidste ende vil alle få gavn af det.

LAVENERGI-TARIF: KAN MAN GIVE LAVERE TARIFFER TIL LAV-ENERGIHUSE?

Bygherrer kan være tilbøjelige til at fravælge fjernvarme ved udvikling af områder med lavenergibygninger, fordi de har et lavt varmeforbrug. Hvis forbrugerne i disse områder får en tilpas lavere tarif, kan kollektiv forsyning være attraktiv i forhold til en varmepumpe.

Varmeforsyningsvirksomheder kan fastsætte en differentieret pris, der afspejler, at lavenergi-huse lægger mindre beslag på kapaciteten. Det er tilladt at reducere de faste afgifter, svarende til reduktionen i den kapacitet, lavenergi-huset lægger beslag på i forhold til ikke-lavenergi-huse.

Prisdifferentieringen skal afspejle de forskellige omkostningsforhold. Det er derfor vigtigt, at forventningen om det lavere varmeforbrug holder. Hvis ejerne af lavenergi-huse øger komfortvarmen og ender med at bruge lige så meget varme som ejere af almindelige huse, kan prisforskellen ikke opretholdes.

I modsætning til en introduktionsrabat kan lavenergi-tariffen tilbydes permanent, men aftaler om afregning efter denne tarif bør betinges af, at bygningen de facto forbruger mindre varme ■



Line Markert
Partner, advokat
lma@horten.dk



Eigil Worm
Senioradvokat
ewo@horten.dk



Renée Van Naerssen
Advokatfuldmægtig
rvn@horten.dk