

Analyse af konkurrencesituationen på detailmarkedet for el

Offentliggjort maj 2021 (udarbejdet i 2018-2019)

Baggrund og formål

- KFST har i perioden 2018-19 udarbejdet nærværende analyse af konkurrencen på detailmarkedet for el. Analysen er udarbejdet efter anmodning fra Klima- Energi og Forsyningsministeriet:
- *"[Den tidligere regering] vil som opfølgning på El-reguleringsudvalgets anbefalinger [fra 2014] og forsyningsstrategiens princip om konkurrenceudsættelse af ikke-monopolopgaver gennemføre en analyse af koncernforbundne netvirksomheders betydning for konkurrencen [på detailmarkedet for el]."*
- *"Det skal bl.a. undersøges, om koncernforbundne netvirksomheder udgør et konkurrencemæssigt problem på detailmarkedet for el, og om der kan identificeres hensigtsmæssige tiltag til at styrke konkurrencen på detailmarkedet og understøtte adskillelsen af monopol og konkurrenceudsatte aktiviteter."*
- Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har fået til opgave at foretage *"en analyse af konkurrencesituationen på detailmarkedet for el, som indeholder en identifikation og vurdering af relevante konkurrenceindikatorer, bl.a. med fokus på eventuelle forskelle mellem marginer for koncernforbundne og uafhængige selskaber."* (dele af delelement 2 i kommissoriet)

Indledning

- I det følgende gennemgås og analyseres udvalgte konkurrenceindikatorer.
- Styrelsen har i den forbindelse lagt særligt fokus på at undersøge, hvorvidt el-handelsselskaber, der udøver konkurrenceudsatte aktiviteter, kan opnå konkurrencefordele ved at være koncernforbundet med et netselskab, der udøver monopolaktiviteter.
- Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen beskriver to typer af el-handelsselskaber i analysen (i) *el-handelsselskaber der er i koncern med et netselskab* og (ii) *el-handelsselskaber, der ikke er i koncern med et netselskab*, herefter kaldet (i) **koncernforbundne selskaber** og (ii) **uafhængige selskaber**.

Koncernforbundne selskaber

- Koncernforbundne selskaber kan have særlige økonomiske fordele igennem
 - Synergier
 - Krydssubsidiering*
- Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har ikke nærmere undersøgt eventuelle synergier, eller om der konkret sker krydssubsidiering.
- Eventuelle økonomiske fordele vil dog muligvis kunne give sig udslag i relevante forskelle mellem selskaberne i de undersøgte indikatorer.
- Udover de nævnte fordele kan de koncernforbundne selskaber have en nedarvet inaktiv kundebase fra monopoltiden. Dette er dog historisk betinget og har ikke sammenhæng med koncernforbundethed. Selv ved en eventuel unbundling ville en sådan inaktiv kundebase vedblive at være inaktiv.

*Krydssubsidiering er, når en virksomhed overfører midler fra den ikke-konkurrenceudsatte del af virksomheden til dele, der er i konkurrence med andre virksomheder. Krydssubsidiering er reguleret på el-området.

Konkurrenceindikatorer

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har udvalgt følgende konkurrenceindikatorer til at belyse konkurrencesituationen på detailmarkedet for elektricitet, herunder med særligt henblik på at undersøge, hvorvidt koncernforbundne selskaber måtte kunne opnå en særlig konkurrencefordel herved:

- Priser
- Bruttoavancer
- Markedskoncentration
- Kundemobilitet
- Konkurrencetæthed

Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens overordnede resultater

Styrelsen har undersøgt, hvorvidt der er tegn på særlige konkurrencefordele for koncernforbundne selskaber. Styrelsen konkluderer, at:

- Der er ikke tegn på systematiske forskelle mellem koncernforbundne og uafhængige selskabers elpriser eller bruttoavancer.
- De uafhængige selskaber erobrer stadig flere kunder.
- Der er fortsat en lav skiftefrekvens i Danmark i forhold til andre europæiske lande.
- Der er fortsat lavere markedsconcentration nationalt, end der er regionalt i de enkelte netområder.

Priser



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

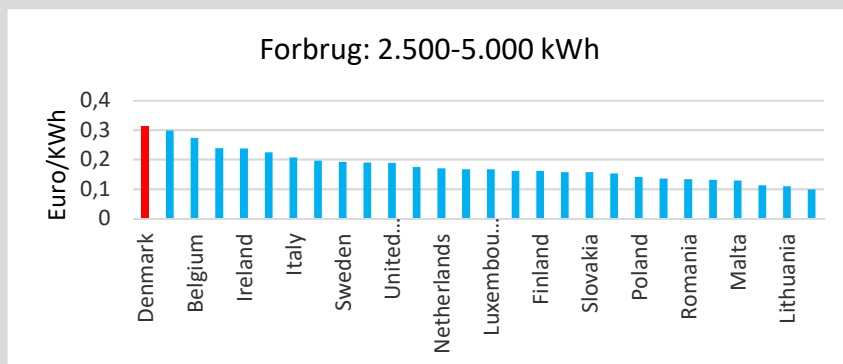
Priser

Priser er ofte en stærk konkurrenceindikator på et marked med homogene varer, da det kan være vanskeligt for selskaberne at differentiere sig. El er en relativt homogen ydelse. Styrelsen har i sin analyse af priser:

- **Sammenlignet danske elpriser med andre europæiske landes elpriser både inkl. og ekskl. afgifter.**
- **Undersøgt korrelationen mellem engrospriser og detailpriser for elektricitet – da en stærk korrelation herimellem kan indikere en relativ stærk konkurrence på markedet.**
- **Undersøgt, om der er prisforskelle mellem koncernforbundne- og uafhængige selskaber – for at undersøge om der er tegn på, at koncernforbundne selskaber har en konkurrencefordel på markedet.**



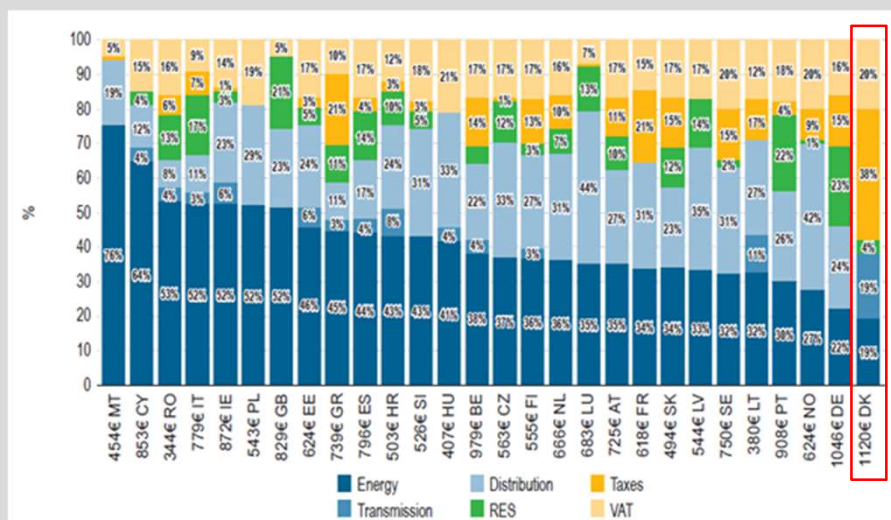
Danmark har de højeste priser inkl. skatter og afgifter for mindre forbrugere i Europa (2018)



**Data er fra Eurostat og er opdelt i kvartaler. Priserne i figurerne er fra 1. kvartal 2018. Priserne er inkl. alle skatter og afgifter.*

- Danmark har de højeste priser for forbrugere, der bruger mellem 1.000-5.000 kWh/år, hvilket omfatter langt de fleste private forbrugere. Figuren viser en forbrugsprofil på 2.500 – 5.000 kWh.
- Danmark har de fjerde højeste priser for forbrugere med et forbrug på over 15.000 kWh, hvilket primært indbefatter virksomheder.
- Det er vanskeligt at vurdere konkurrencesituationen ud fra priser der er inkl. skatter og afgifter. Styrelsen kan dog konkludere, at danske forbrugere betaler relativt høje elpriser.

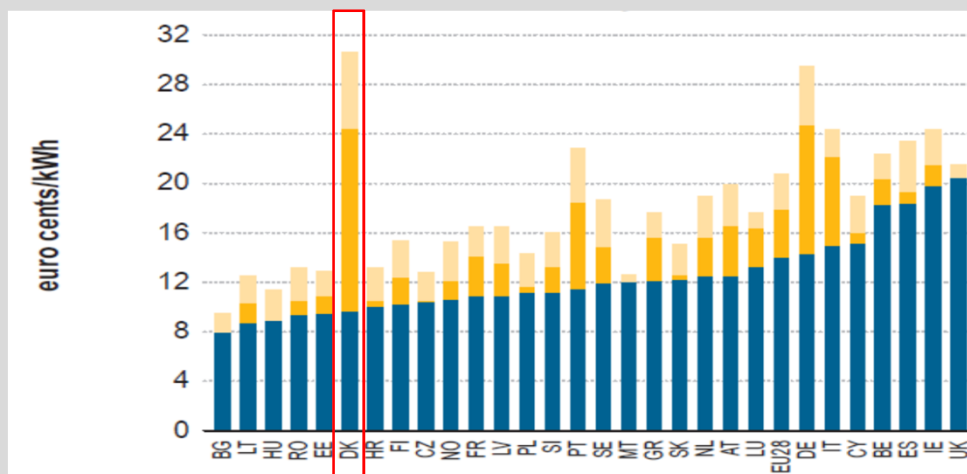
I Danmark udgør den rene elpris en meget lille andel af den samlede elpris (2018)



- Danmark er det land, hvor den største andel af prisen går til skatter, hvorimod den mindste andel går til indkøb af el, 19 pct.

* Data er fra ACER og CEERs årlige markedsrapport (2019) - Elpriser i forskellige europæiske lande opdelt i seks forskellige komponenter. Priserne tager udgangspunkt i tilbudspriser til husholdninger i hovedstadsområderne.

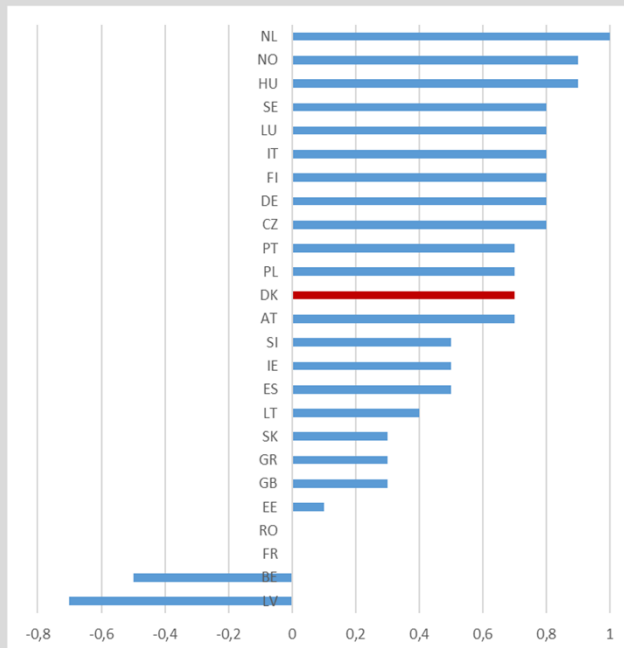
Den rene elpris i Danmark er blandt de laveste (2015)



* Data er fra ACER og CEERs årlige markedsrapport (2016) - Priser til forbrugere, der har et forbrug mellem 2.500-5.000 kWh opdelt i tre kategorier; pris til el (blå), afgifter (orange) og moms (beige)

- Danmark har de sjette laveste elpriser eksklusiv skatter og afgifter i Europa.
- En relativ lav pris eksklusiv skatter og afgifter ift. de andre europæiske lande kan indikere en relativ god konkurrence på markedet.

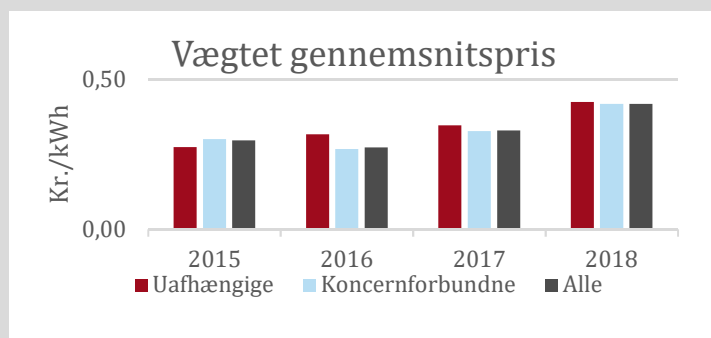
Relativ lav korrelationen mellem engros- og detailprisen på el i Danmark (2008-2018)



* ACER og CEERs årlige markedsrapport (2019) - Korrelationen mellem engros- og detailprisen på el mellem 2008-2018.

- Hvis der er effektiv konkurrence på et marked, så vil virksomhedspriserne følge engrospriserne tæt, da konkurrencepres virksomhederne imellem vil presse virksomhederne til at sende prisændringer i engrosprisen videre til virksomhedernes kunder.
- Der er mange lande med en større priskorrelation end Danmark. Det kan indikere en relativ svag konkurrence på det danske marked, men da der kan være flere forklaringer på den danske priskorrelation, er det vanskeligt at konkludere noget endegyldigt.

Ingen systematiske prisforskelle mellem koncernforbundne- og uafhængige selskaber (2015-2018)



** Data bag figurene er fra Forsyningstilsynet. Tilsynet tager udgangspunkt i data, der indrapporteres til elpris.dk, dvs. data for produkter, der henvender sig til private forbrugere og erhvervsvirksomheder med et elforbrug op til 100.000 kWh. Tilsynet indsamler yderligere data for inaktive produkter, der er solgt til samme kundegruppe, men ikke tilbydes mere på elpris.dk. **Data dækker tilsammen kun ca. 33% af det samlede marked. Det vurderes, at der er noget usikkerhed om data.*

- Eventuelle konkurrencefordele for koncernforbundne selskaber, særligt krydssubsidiering, vil kunne komme til udtryk ved lavere priser for disse selskaber.
- Priserne for de koncernforbundne selskaber er lidt højere i 2015, hvorimod de er lidt lavere i 2016 – 2018.
- Der er imidlertid ingen systematiske prisforskelle mellem koncernforbundne- og uafhængige selskaber. Det gælder også, hvis man anvender en simpel gennemsnitspris.

Opsummering

- Danmark har nogle af de højeste elpriser i Europa *inklusiv* skatter og afgifter.
- Den rene danske elpris er blandt de laveste i Europa.
- Den danske priskorrelation mellem engrospris og detailpris er blandt de lavere i Europa.
- Prisanalysen giver ikke et tydeligt billede af, om der er systematiske prisforskelle mellem koncernforbundne og uafhængige selskaber.

Delkonklusion

- *Den svage korrelation mellem detailpriser og engrospriser kan umiddelbart understøtte, at der kan være svagere konkurrence på det danske marked.*
- *Den relativt lave pris eksklusiv skatter og afgifter ift. de andre europæiske lande kan indikere en relativ god konkurrence på markedet.*
- *Styrelsen kan ikke konkludere noget endegyldigt om konkurrencesituationen mellem de uafhængige selskaber og koncernforbundne selskaber på baggrund af priserne.*



Bruttoavance



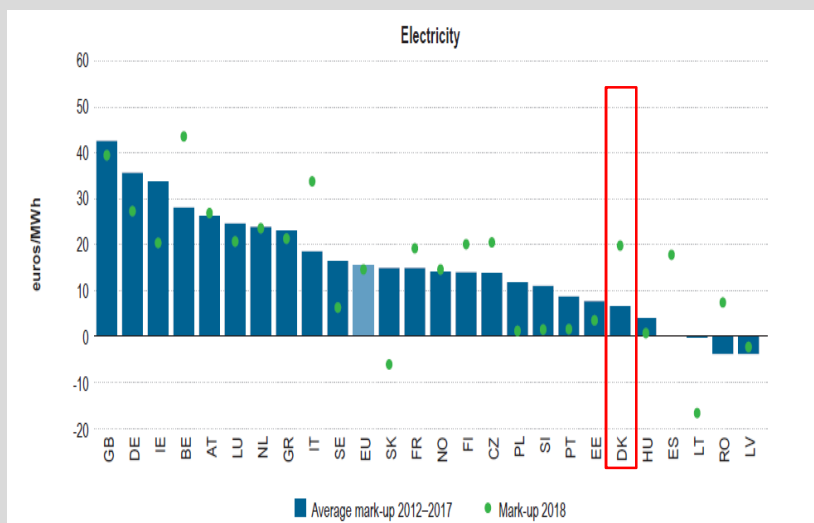
KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

Bruttoavancer

Bruttoavancer er udtryk for forskellen mellem selskabers omkostninger og indtægter. En lav bruttoavance indikerer normalt stærk konkurrence. Styrelsen har derfor undersøgt, om:

- **Der er forskelle i bruttoavancerne mellem Danmark og andre europæiske lande**
- **Der er forskelle imellem koncernforbundne- og uafhængige selskabers bruttoavancer**

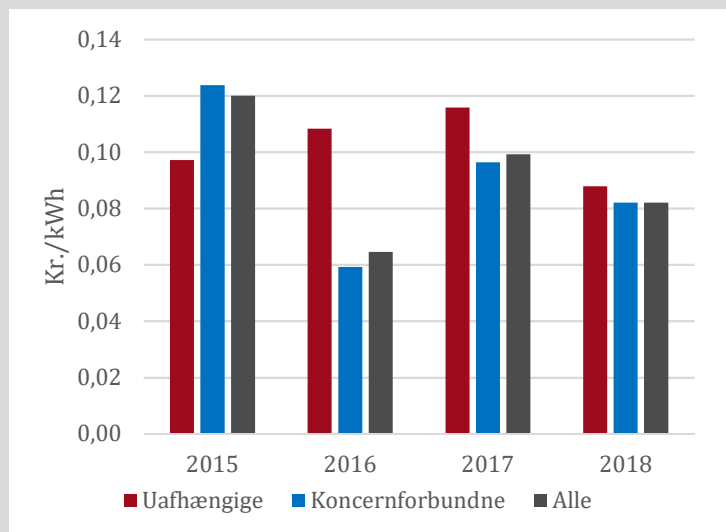
Danske el-handelsselskabers bruttoavancer er blandt de laveste i Europa (2012-2017)



* Data er fra ACER og CEERs årlige markedsrapport (2019) - elhandelsselskabernes bruttoavancer i forskellige europæiske lande i perioden 2012-2018.

- Danske el-handelsselskaber har de sjette laveste bruttoavancer mellem 2012-2017. I 2018 er bruttoavancerne mere end fordoblet ift. 2012-2017-gennemsnittet. Bruttoavancerne steg også i 2017 i forhold til tidligere år.
- De stigende bruttoavancer kan være tegn på en forværret konkurrenceudvikling.

Ingen tydelig forskel i de to typer af selskabers bruttoavancer (2015-2019)



- De koncernforbundne har lidt højere bruttoavancer i 2015, hvorimod de uafhængige har højere bruttoavancer i 2016-2018. Derfor er der ikke en tydelig forskel i de to typer af selskabers bruttoavancer.
- Beregningerne er ikke baseret på selskabsspecifikke omkostninger, men alene på den fælles engrospris på el fra elbørsen.

* Figuren er lavet på baggrund af prisdata fra Forsyningstilsynet og omkostningsdata fra Nordpool, og viser de koncernforbundne- og uafhængige el-handels-selskabers bruttoavancer i perioden 2015-2018. Der er ikke taget højde for evt. prisforskelle mellem DK1 og DK2.

Opsummering

- **Danmark har blandt de laveste bruttoavancer i Europa i perioden mellem 2012-2017, hvorimod den danske bruttoavance mere end fordobles i 2018.**

Delkonklusion

- *Lave bruttoavancer over en årrække kan indikere en relativt stærk konkurrence.*
- *Den relativt store stigning i bruttoavancer de seneste år betyder, at den fremtidige udvikling bør følges nøje.*
- *Det er dog vigtigt at holde sig for øje, at bruttoavancer er en funktion af flere variable, hvor konkurrencesituationen er en af dem.*



Markedskoncentration



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

Markedskoncentration

En høj markedskoncentration, målt ved det såkaldte HHI, kan indikere en relativ dårlig konkurrence på markedet, da det kan betyde, at der er få virksomheder, der har en relativ stor markedsandel, hvilket ofte kan medføre stor markedskraft til den enkelte virksomhed. Derimod kan en lav markedskoncentration indikere en god konkurrencesituation.

I følgende afsnit har styrelsen derfor:

- Sammenlignet det danske HHI med andre europæiske landes HHI.
- Undersøgt forskellige nationale koncentrationsmål, herunder HHI.
- Undersøgt HHI i de forskellige netområder for at belyse om konkurrencesituationen er anderledes i netområderne end nationalt.
- Undersøgt markedsandele mellem koncernforbundne og uafhængige selskaber, for at belyse, om uafhængige selskaber har mulighed at erobre kunder.

HHI

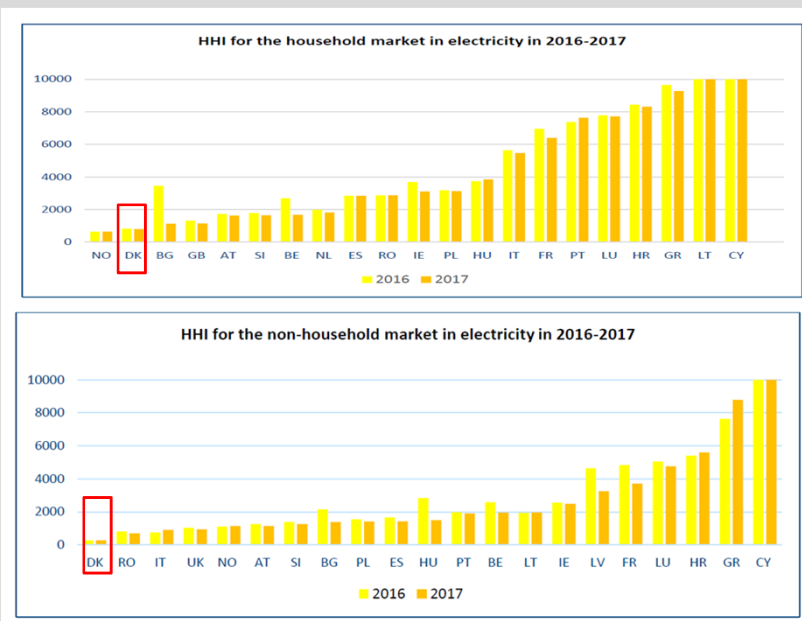
HHI måler koncentrationsgraden på et marked ved at summere selskabernes kvadrerede markedsandele. HHI ligger derfor imellem 0-10.000. Desto tættere på 0 HHI ligger, desto mindre er koncentrationen på markedet og på et marked med en HHI på 10.000 er der tale om monopol.

Ved HHI på under 1.000 er det usandsynligt at der er tegn på konkurrenceproblemer.

Ved HHI på over 2.000 kan det være udtryk for konkurrenceproblemer.



Danmark har meget lav HHI på detailmarkedet for elektricitet (2016-2017)



- HHI nationalt er lavt både for privatkunder og erhvervskunder i forhold til øvrige europæiske lande, hvilket kan være en indikation på en god konkurrence.

* CEERs Performance of European Retail Markets 2017 – sammenligning af forskellige europæiske landes HHI på B2C-markedet i 2016 og 2017.

Markedskoncentration er relativ lav på landsplan (2015-2018)

	2015	2016	2017	2018
HHI-volumen	1.179	1.171	1.216	1.125
C4 - volumen	61%	61%	62%	59%

** Tabellen er lavet på baggrund af data fra Datahub, og viser en række markedskoncentrationsmål i perioden 2015-2018.*

- HHI er alle tæt på 1.000, hvilket kan indikere en relativ god konkurrence.
- C4 er udtryk for, hvor stor en markedsandel de fire største selskaber har tilsammen.
- En C4 under 40% plejer at betyde en svag markedskoncentration og en C4 mellem 40%-70% plejer at betyde at der er en middel markedskoncentration.
- C4 ligger i spændet mellem 40% og 70%, hvilket indikerer en middel koncentration.

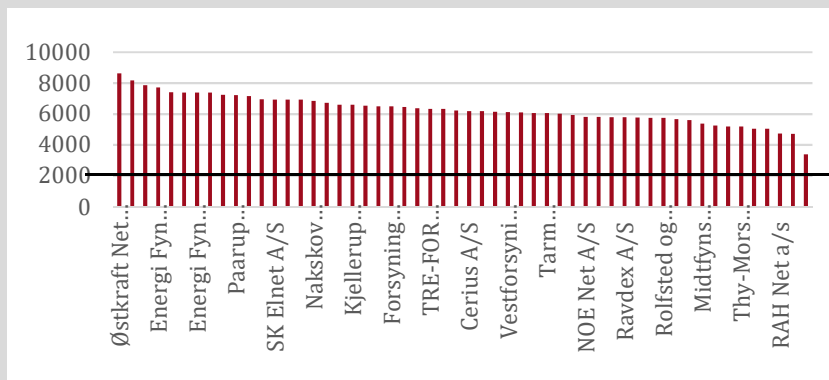
Antallet af el-handelsselskaber i netområderne har været stigende i perioden 2014-2018

	2014	2015	2016	2017	2018
Min.	12	18	20	19	19
Maks.	35	39	40	42	48
Gns.	24,8	26,9	28,5	28,9	30,4

** Data er fra Baggrundsdata til Datahubs markedsrapport nr. 8. Data er opgjort på månedsbasis og tabellen viser tal fra december for hvert af årene. Tabellen viser hvor mange el-handelsselskaber der minimum, maksimum og gennemsnitligt var i hvert af netområderne i perioden 2014 - 2018. F.eks. I 2018 havde det netområde med flest el-handelsselskaber 48 forskellige, det netområde med færrest havde 19 og der var i gennemsnit 30,4 el-handelsselskaber*

- Antallet af el-handelsselskaber har næsten udelukkende været stigende igennem perioden, hvilket kan indikere, at det er relativt nemt at træde ind på markedet for nye el-handelsselskaber.

Markedskoncentration er meget høj i de fleste netområder (2018)



*Data fra "Baggrundsdata til Datahub markedsrapport nr. 8."

- Koncentrationen (HHI) i netområderne er faldet de seneste år, men er stadig væsentlig højere end det nationale HHI. I alle netområderne er HHI over 2.000 for de små kunder, hvilket kan være udtryk for konkurrenceproblemer.
- Det høje HHI i netområderne kan indikere, at den lave markedskoncentration, der blev målt nationalt, ikke er retvisende. De høje HHI kan være en indikation på, at der stadig er mange inaktive kunder tilbage fra monopoltiden, eller at der findes lokale markeder.

Opkøb mindsker de uafhængiges markedsandele (2014-2019)

Markedsandele

Volumen i pct.	2014	2015	2016	2017	2018
Uafhængige	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]
Koncernforbundne	[70-80]	[70-80]	[70-80]	[70-80]	[70-80]
Energi Danmark	[10-20]	[20-30]	[20-30]	[20-30]	[10-20]

Målepunkter i pct.	2015	2016	2017	2018	2019
Uafhængige	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]	[5-10]
Koncernforbundne	[90-100]	[80-90]	[80-90]	[90-100]	[90-100]
Energi Danmark	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]	[0-5]

* Tabellerne er udarbejdet på baggrund af data fra Datahub.

- De uafhængige selskaber erobrer markedsandele i starten af perioden, men Energi Fyns opkøb af GasEl i 2016 og NRGis opkøb af Gul Strøm og Natur Energi i slutningen af 2017 reducerede de uafhængige selskabers markedsandele.
- Markedsandele for Energi Danmark opgøres særskilt da de ejes af en bred kreds af energiselskaber, som både er uafhængige og koncernforbundne. Energi Danmark servicere primært erhvervskunder, hvorfor der er forskel i deres markedsandele målt på hhv. volumen og målepunkter.

Opsummering

- Danmark har blandt de laveste HHI nationalt sammenlignet med flere europæiske lande.
- Nationalt er HHI relativt lave målt på både volumen og målepunkter.
- I de forskellige netområder er HHI dog væsentligt højere end på national plan.

Delkonklusion

Der er lav koncentration på det danske elmarkedet sammenlignet med andre europæiske lande, hvilket kan indikere en relativ god konkurrencesituation. Dog kan de høje HHI'er i netområderne indikere, at konkurrencen ikke er ligeså stærk, som den nationale HHI ellers indikerer.

Det kan tyde på, at konkurrencen på tværs af de forskellige netområder stadig er relativ træg. Hvis hvert af de koncernforbundne selskaber har en stor inaktiv kundebase, kan det give dem en konkurrencefordel.

De uafhængige selskaber kan derfor spille en vigtig rolle på markedet, da de er nødt til at tiltrække nye kunder, grundet de ikke har nedarvet en inaktiv kundebase.



Kundemobilitet



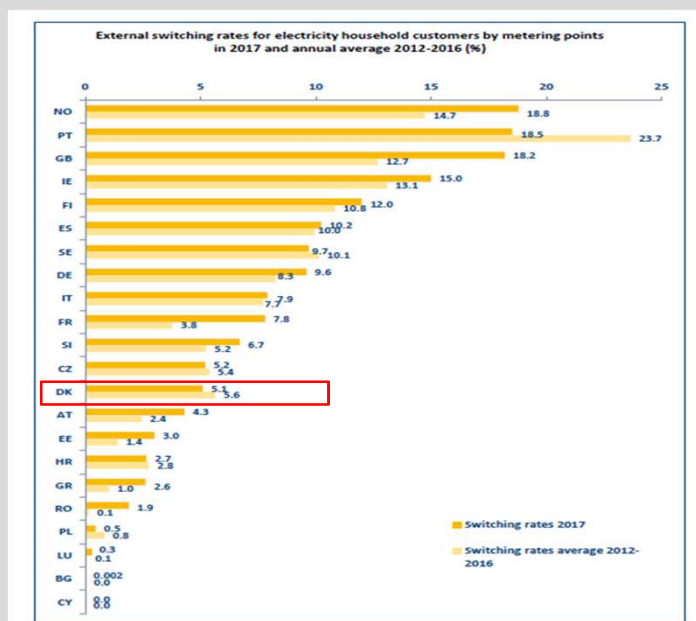
KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

Kundemobilitet

Skiftefrekvenser (switching rates) er et mål for, hvor stor en andel af markedets kunder skifter leverandør i løbet af et år. Høje skiftefrekvenser kan indikere en relativ god konkurrence på markedet, da det er en indikation af, hvor aktive kunder er på markedet, hvorimod lave skiftefrekvenser kan indikere en relativ svag konkurrence på markedet, da det kan indikere inaktivitet blandt kunderne på markedet. Derfor har styrelsen:

- **Undersøgt og sammenlignet danske og andre europæiske landes skiftefrekvenser – for at se, om der er indikation på, om de danske kunder er inaktive.**

De danske kunder er relativt inaktive (2012-2017)



* Data fra CEERs Performance of European Retail Markets 2017.



- Danmark har en relativ lav skiftefrekvens på privatkundemarkedet (ca. 5% skiftede selskab i 2017) og har haft det igennem en længere periode (2012-2017).
- Danmark har relativt set en endnu lavere skiftefrekvens på erhvervsmarkedet end privatkundemarkedet (Men de danske erhvervs-kunder skifter dog hyppigere end privatkunder).
- Den lave skiftefrekvens kan være en indikation på, at der eksisterer en inaktiv kundebase.

Delkonklusion

Danske elforbrugere skifter i mindre grad elselskab sammenlignet med elforbrugere i de fleste andre lande. Det kan skyldes en kombination af flere faktorer:

- 1) Besparelserne ved at skifte elselskab er små*
- 2) Elforbrugerne har historisk set ikke været aktive på markedet, som kan være et levn fra monopoltiden*

At der ikke har været meget aktivitet blandt de danske elforbrugere siden 2012, kan indikere, at de koncernforbundne elselskaber kan have en inaktiv kundebase.

Dette vil alt andet lige kunne give dem en konkurrencefordel. Dette har dog ikke noget med koncernforbundetheden at gøre. Selv efter en eventuel unbundling ville de inaktive kunder stadig være inaktive.

Konkurrencetæthed



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

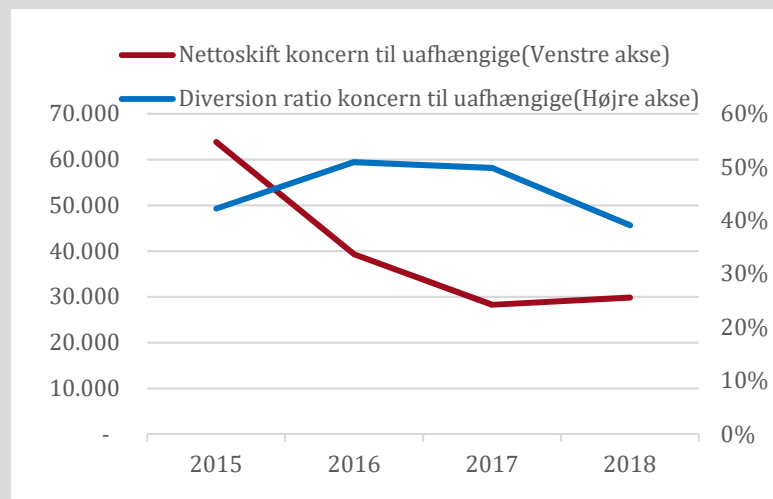
Konkurrencetæthed

En konkurrencetæthedsanalyse er en analyse, der undersøger hvilke virksomheder kunderne skifter fra og til. Analysen foretages for at belyse, hvem der er de enkeltes virksomheders tætteste konkurrenter. Styrelsen har i den forbindelse:

- Beregnet diversion ratios mellem koncernforbundne- og uafhængige selskaber.
- Undersøgt kundernes skifteadfærd i perioden 2013-2018.
- Foretaget en regressionsanalyse for at belyse, hvilke faktorer der forårsager et kundeskift.

Laveste andel af kundeskift til uafhængige selskaber i fire år (2015-2018)

Til Fra	2015		2016		2017		2018	
	Uafhængige	Koncern	Uafhængige	Koncern	Uafhængige	Koncern	Uafhængige	Koncern
Uafhængige	43%	57%	45%	55%	42%	58%	31%	69%
Koncern	42%	58%	51%	49%	50%	50%	39%	61%



* Data til udarbejdelse af tabellen og figuren er fra Datahub.

- Tabellen viser hvor kunderne skifter fra og til. F.eks. af de kunder, der skiftede fra et uafhængigt selskab, valgte 43% af dem at skifte til et andet uafhængigt selskab i 2015 mens 57% skiftede til et koncernforbundet selskab.
- Selvom andel af kundeskift til de uafhængige er på det laveste niveau i fire år, så erhverver de uafhængige stadig samlet set kunder fra de koncernforbundne selskaber, jf. figur.
- Den røde streg på figuren viser, at i 2015 skiftede knap 70.000 kunder fra et koncernforbundet selskab til et uafhængigt selskab, hvor tallene falder indtil 2017. I 2018 skiftede ca. 30.000 kunder fra et koncernforbundet selskab til et uafhængigt selskab.
- Den blå streg på figuren viser diversion ratios mellem koncernforbundne selskaber og uafhængige og er udtryk for, hvor stor en andel af kunder, der skifter fra koncernforbundne selskaber, skifter til uafhængige selskaber.

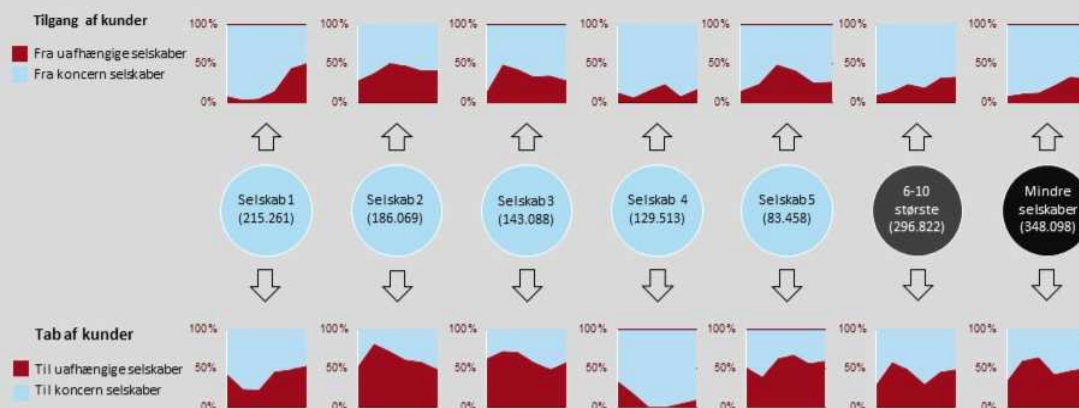
Tre ud af de fem selskaber, der var bedst til at erhverve sig nye kunder, var uafhængige selskaber (2013-2018)



* Data: Datahub og styrelsens egne beregninger

- Figuren viser, hvilke selskaber der erhvervede sig flest kunder i perioden 2013-2018 og hvor stor en andel af kunderne der gik til hver af de to typer af selskaber.
- Tre ud af de fem selskaber der var bedst til at erhverve nye kunder var uafhængige selskaber.
- Kundetilgang er overvejende kommet fra de koncernforbundne selskaber.

De fem selskaber der tabte flest kunder var alle koncernforbundne (2013-2018)



* Data: Datahub og styrelsens egne beregninger

- Figuren viser, hvilke selskaber der brutto taber flest kunder i perioden 2013-2018.
- De fem selskaber der taber flest kunder, er alle koncernforbundne (lyseblå).
- Det tegner ikke et klart billede af, hvilken virksomhedstype der tabes kunder til. Der er dog tegn på, at der tabes flere kunder, til de uafhængige selskaber, relativt til deres størrelse.

Økonometrisk analyse af kundeskift

Der er gennemført en økonometrisk analyse af kundeskift (se bilag).

Formålet er at finde og kvantificere årsager til kundeskift mellem handelsselskaber. Vi har derfor undersøgt:

- I. Om det, at være koncernforbundet har betydning for antallet af kundeskift.
- II. Om kunderne hos et koncernforbundet selskab i særlig grad skifter til et koncernforbundet selskab, hvis nettene grænser op til hinanden.

I den forbindelse er der kontrolleret for selskabernes størrelse og selskabernes generelle prisniveau.

Analysens resultater – test I

- Resultaterne tyder på, at sandsynligheden for et kundeskit mellem selskabstyper følger en trappe, og er:
 - Mindst mellem koncernforbundne selskaber.
 - Næstmindst fra uafhængige til koncernforbundne selskaber.
 - Næststørst fra koncernforbundne selskaber til uafhængige selskaber.
 - Størst mellem uafhængige selskaber.

Analysens resultater – test II

- Modellens resultater viser, at der ikke er større sandsynlighed for et kundeskit, når det afgivende og det modtagende selskab er koncernforbundne selskaber, hvis netområder grænser op til hinanden.

Opsummering

- De uafhængige selskaber erobrer stadig kunder fra de koncernforbundne selskaber, men i stadig mindre grad.
- I gennemsnit er, der betydeligt flere kundeskit fra koncernforbundne selskaber til uafhængige selskaber end omvendt og det tyder på, at når kunder skifter fra koncernforbundne selskaber søger de ikke umiddelbart tilbage.
- To af de uafhængige selskaber, der har været bedst til at erhverve sig nye kunder, blev opkøbt af NRGi i slutningen af 2017.
- Regressionsanalysen resultater tyder på, at sandsynligheden for et kundeskit ikke er større, når det afgivende og det modtagende selskab er koncernforbundne selskaber, hvis netområder grænser op til hinanden og at der er færrest skift mellem koncernforbundne selskaber og flest skift mellem uafhængige selskaber.



Delkonklusion

- *Konkurrencetæthedsanalysen understøtter indikationen af, at de uafhængige selskaber har erobret kunder fra koncernforbundne el-handelsselskaber de sidste fire år, dog skifter færre kunder nu til uafhængige selskaber end for fire år siden. Dette kan skyldes, at koncernforbundne selskaber har opkøbt nogle af de uafhængige selskaber, der var bedst til at erobre nye kunder – eller at der netop er den inaktive kundebase, som man ikke kan nå.*
- *Det tyder på, at der ikke er flere skift mellem koncernforbundne selskaber, hvis netområder grænser op til hinanden.*
- *Kunderne er mere tilbøjelige til at skifte fra og til et uafhængigt selskab, hvilket kan indikere, at de uafhængige selskaber kæmper om en mere aktiv kundegruppe.*

Konklusion



KONKURRENCE- OG FORBRUGERSTYRELSEN

Konklusion

- **Lave priser og lave bruttomarginer kan isoleret set umiddelbart tyde på god konkurrence. Dog bør de seneste stigninger i bruttoavanceerne følges nøje.**
- **Lav koncentration på nationalt plan kan ligeledes indikere velfungerende konkurrence.**
- **Den høje koncentration i netområderne og den lave skiftefrekvens indikerer derimod, at konkurrencen ikke er så velfungerende, som den kunne være.**
- **Konkurrencetæthedsanalysen viser, at de uafhængige elselskaber fortsat erhverver kunder, men der er tegn på aftagende vækst.**
- **De kunder, som de uafhængige erhverver, er mere tilbøjelig til at skifte igen, og til andre uafhængige selskaber.**
- **Koncernforbundne selskaber synes derfor at have en nedarvet inaktiv kundebase fra monopoltiden. Dette er historisk betinget og har ikke sammenhæng med koncern-forbundethed. Selv ved en eventuel unbundling ville en sådan inaktiv kundebase vedblive at være inaktiv.**
- **Samlet set konkluderer styrelsen, at selvom der er tegn på, at konkurrencen på detailmarkedet for el kunne være bedre, er der ikke tegn på, at der er særlige konkurrencefordele ved at være koncernforbundet.**

Datagrundlag

- ACER/CEER: Annual Report on the Results of Monitoring the Internal Electricity and Natural Gas Markets in 2018 Electricity and Gas Retail Markets Volume, october 2019: https://www.acer.europa.eu/Official_documents/Acts_of_the_Agency/Publication/ACER%20Market%20Monitoring%20Report%202018%20-%20Electricity%20and%20Gas%20Retail%20Markets%20Volume.pdf
- ACER/CEER: Annual Report on the Results of Monitoring the Internal Electricity and Natural Gas Markets in 2015 Retail Markets, November 2016: https://www.acer.europa.eu/Official_documents/Acts_of_the_Agency/Publication/ACER%20Market%20Monitoring%20Report%202015%20-%20ELECTRICITY%20AND%20GAS%20RETAIL%20MARKETS.pdf
- CEER Monitoring Report : Performance of European Retail Markets in 2017, December 2018: <https://www.ceer.eu/documents/104400/-/-/31863077-08ab-d166-b611-2d862b039d79>
- Energinet: Baggrundsdata til Energinets DataHub markedsrapport nr. 8, fra februar 2019: <https://energinet.dk/Om-publikationer/Publikationer/DataHub-Markedsrapport-nr-8-2019>
- Energinet: Fortrolig markedsdata for årene 2013-2019 fra DataHub til brug for beregninger af markedskoncentration og konkurrencetæthed.
- Eurostat: Prisdata for året 2018: https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nrg_pc_204&lang=enhttps://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nrg_pc_204&lang=enh
- Forsyningstilsynet: Fortrolig prisdata for årene 2015-2018 fra Forsyningstilsynet til brug for beregninger af priser, bruttoavancer og konkurrencetæthed.
- Nordpool: Pris- og volumendata udtræk for årene 2015-2018: <https://www.nordpoolgroup.com/>

Bilag

Regressionsligningen

$$\begin{aligned}\ln(kundeski\text{ft}_{ijt}) = & \alpha_{ij} + \alpha_t + \beta_6 D_{ijt}^1 + \beta_7 D_{ijt}^2 + \beta_8 D_{ijt}^3 + \beta_5 D_{ijt}^A \\ & + \beta_1 \ln(\text{målepunkt}_{it}) + \beta_2 \ln(\text{målepunkt}_{jt}) + \beta_3 \ln(\text{volumen}_{it}) + \beta_4 \ln(\text{volumen}_{jt}) \\ & + \beta_9 \ln(\overline{\Delta pris}_{ijt}) + \beta_{10} \ln(\Delta \min(\text{pris})_{ijt}) + \varepsilon_{ijt}\end{aligned}$$



Resultater af regressionsanalyse

			Estimat (* signifikant)
Effekt af koncernforbundet hhv. uafhængig	D_{ij}^1	Skift fra uafhængig til koncernforbundet	0.835*
	D_{ij}^2	Skift fra koncernforbundet til uafhængig	1.645*
	D_{ij}^3	Skift fra uafhængig til uafhængig	2.089*
Effekt af tilstødende net	D_{ij}^A	Koncernforbundne, hvor netselskaber grænser op til hinanden	0.159
Korrektion for selskabers størrelse og pris	$målepunkt_i$	antal målepunkter hos selskabet, der skiftes fra	0.000
	$målepunkt_j$	antal målepunkter hos selskabet, der skiftes til	0.001
	$volumen_i$	solgt mængde i alt hos selskabet, der skiftes fra	0.073*
	$volumen_j$	solgt mængde i alt hos selskabet, der skiftes til	0.136*
	$\Delta \overline{pris}_{ij}$	forskel i vægtet gennemsnitspris mellem selskab, der skiftes fra og til	-0.386
	$\Delta \min(pris)_{ij}$	forskel i lavest pris mellem selskab, der skiftes fra og til	-0.141