

Gasleverandørerne har ordet

FJERNVARMEN har stillet 8 skarpe spørgsmål til fire danske gasleverandører: DONG, HNG Midt-Nord, Shell og Statoil Gazelle.



NATURGAS

Svarene er skrevet af underdirektør Jens Helmer Rasmussen, DONG, markedsdirektør Henrik Iversen Strand, HNG Midt-Nord Salg, naturgaschef Jacob Pedersen, Shell og bestyrelsesformand i Statoil Gazelle, René Voss.

1. Hvad gør I for at gøre det nemt for kunderne?

DONG:

På det liberaliserede energimarked er der mange muligheder og valg, der skal træffes. Vi forsøger at gøre det lettere for kunderne ved blandt andet at tilbyde enkle og overskuelige kontrakter. Desuden har vi valgt, at hver kunde får én fast rådgiver, som kender virksomheden og hjælper med alle spørgsmål om el eller gas, energiteknik, prissystemer eller noget helt andet. Vi opdaterer også hele tiden vores hjemmeside med de oplysninger, der er mest efterspurgt. Og så kæmper vi for at få gennemført, at kunderne kun skal belemres med én regning, der dækker både naturgas, transport, afgifter mv.

HNG Midt-Nord:

HNG Midt-Nord tilbyder fleksible kontrakter. Der betyder f.eks. fuld mængdefleksibilitet til kraftvarmeværkerne uden betalingsforpligtelser. Dermed løber værket ikke en ekstra risiko for varme vintre. Vi holder os konstant orienteret om udviklingen mht. "markedsorienteringen" af værkernes elproduktion, således at vi er beredt, hvis værkerne i fremtiden skulle ønske vores hjælp på dette område.

Shell:

Naturgassen er en del af Shells Energhus. Det vil sige, at kunden kan få dækket sit samlede energibehov hos Shell. Vi opererer ikke med en skarp kategorisering af kunderne, og kan uden videre tilbyde en forsyningsaftale, der omfatter alle kundens installationer.

Statoil Gazelle:

At gøre det nemt for kunderne består jo i at give nem og hurtig adgang til informationer, simpel og overskuelig administration, herunder overskuelige regninger og lignende.

Der er nogen forskel på behovene på erhvervsmarkedet og privatkunde markedet – og vi forsøger at tilpasse vore løsninger til hver af disse markeder.

Til begge markedssegmenter har vi informative internetsider, som vi



Bestyrelsesformand i Statoil Gazelle, René Voss.

fortløbende arbejder på at udvikle og tilpasse de forskellige behov. Bl.a. er der til privatkunderne udviklet nogle løsninger, som gør valg af Statoil Gazelle som leverandør administrativt nem og hurtigt.

Til erhvervsmarkedet er en væsentlig del den personlige rådgivning gennem vores veluddannede sælgerstyrke, som i dialog med kunden forsøger at finde frem til den rigtige løsning for netop denne kunde.

2. Hvad tilbyder I af tillægsprodukter?

DONG:

Først og fremmest har vi udviklet en række nye finansielle produkter, der gør livet lettere for vores kunder. For eksempel tilbyder vi DONG FastPris, hvor udgifterne til naturgassen er låst fast et år frem, og DONG PrisBånd, som sikrer, at kundernes pris på naturgas aldrig kommer over den aftalte højeste pris, og til gengæld heller aldrig under den aftalte laveste pris. Desuden har vi udviklet produkter til fjernvarmekunder, der ønsker at sælge deres elektricitet på markedsvilkår. Ideen er, at DONG overtager risikoen og samtidig hjælper værket med at planlægge sin varmeproduktion optimalt. Derudover tilbyder vi at stå for de store værkers CO₂-kvotehandling. Endelig udvikler vi hele tiden prissystemerne og tilbyder alle virksomheder energiteknisk rådgivning.

HNG Midt-Nord:

Vi tilbyder en række finansielle produkter, som kunderne løbende kan

vælge. F.eks. fastpris, maksimalpris og prisbånd på naturgas. Derudover tilbydes fastlåsning af dollarkursen samt ændringer af reguleringsformlen på naturgassen. Vi har lavet et beredskab til at kunne tilbyde kraftvarmeværkerne varmeprissikring, nordpoolindeksering og tilsvarende produkter, når vi ser en øget efterspørgsel på disse produkter.

Shell:

Ud over at kunne tilbyde de gængse prissikringsprodukter, kan Shell tilbyde et bredt udvalg af olieprodukter. Et kraftvarmeværk vil således kunne få en samlet leverance af naturgas, smøremidler og spidslast brændsler.

Statoil Gazelle:

Vores basisforretning er at sælge gas til konkurrencedygtige priser til vore kunder. Kunden kan her vælge mellem en variabel pris eller en fast pris. Vi kan også tilbyde max-pris, men oplever ikke nogen efterspørgsel efter dette i erhvervssegmentet.

Ud over det at sælge gas – til konkurrencedygtige priser – har vore sælgere qua vores samarbejde med Statoil jo også andre energiprodukter med ud til kunden – olie og f.eks. træpiller.

Herudover har vi et samarbejde med Elektra Energihandel (som netop har meddelt, at de fusionerer med Energi Danmark-Disam), som gør det muligt for vore sælgere også at kunne tilbyde el til kunderne.

3. Hvad betyder kundernes størrelse for jeres pris?

DONG:

Omkostningerne ved at levere en kubikmeter gas til en lille kunde er



Jacob Pedersen, Naturgaschef i Shell

naturligvis større end ved at levere til en stor kunde. Dog er de fleste fjernvarmeværker så store kunder, at der reelt er meget lidt forskel. De store prisforskelle ligger derfor ikke i forbrugets størrelse, men i forbrugsprofilen, dvs. belastningsfaktoren. Her er der penge at spare – og vi har en række dygtige energiteknikere, som kan gennemgå virksomheden og komme med forslag til forbedringer.

Et andet vigtigt parameter for prisen er timing - altså om kunderne køber på et gunstigt tidspunkt - og også her tilbyder vi rådgivning.

HNG Midt-Nord:

De fleste kraftvarmeværker har en størrelse, hvor mængderabatten betyder meget lidt. Det betyder dog ikke, at alle værker har den samme pris. Prisen afhænger naturligvis af værkernes forbrugsprofil og det maksimale timeforbrug. Vi leverer naturgas til et stort antal værker, hvor ydelsen grundlæggende er ens. Derfor koster det ikke ekstra hos os, hvis et værk ikke er så stort.

Shell:

Kundens størrelse og forbrugsmønstre har betydning for den pris, Shell kan tilbyde. Shell vil typisk tilbyde kunden at optimere brændselsvalget for på den måde at udjævne naturgas-aftaget til gavn for prisen.

Statoil Gazelle:

Naturligvis er det sådan, at store kunder oftest får den bedste pris. Inden for gas betyder forbrugsprofilen mindst lige så meget og ofte mere end volumen. Og her er det så, at vi i kraft af vores samlede energiportefølje kan tilbyde kunderne tilpassede løsninger.

Vi forsøger også gennem vores samlede porteføljestyring både at give den store kunde og kunden med den 'gode forbrugsprofil' en konkurrencedygtig pris, men også at give de lidt mindre kunder en andel af stordriftsfordelen.

4. Hvilke fordele og ulemper kan kunderne opnå ved at gå sammen i indkøbsforeninger?

DONG:

Se svaret på spørgsmål 3. De fleste fjernvarmeværker er hver for sig så store kunder, at en indkøbsforening i sig selv ikke vil påvirke prisen – men hvis det medfører en mere jævn forbrugsprofil, kan der godt være penge at spare.

HNG Midt-Nord:

Vi tror ikke, at kunderne vil opnå større fordele ved at gå sammen i indkøbsforeninger. De fleste værker har en størrelse, hvor mængderabatten allerede er opnået. Gashandlaren kan ikke tage højde for specielle forhold for hvert enkelt værk eller eventuelt give kundefastholdelsesrabat. For værker, der gerne vil, men ikke selv magter at tage tilbud ind, kan indkøbsforeninger dog være en mulighed.

Shell:

Kunder, der går sammen i indkøbsforeninger, vil som udgangspunkt opnå

(Fortsættes side 18)

ET ÅR MED FRIT GASMARKEDE

ET ÅR MED FRIT GASMARKEDE

Det frie gasmarked har nu eksisteret i snart et år.

FJERNVARMEN har derfor bedt DONG, HNG/MidtNord, Shell og Statoil Gazelle besvare 8 forskellige spørgsmål for derigennem at få markedets vurdering af den øjeblikkelige situation og et bud på fremtiden.

(Fortsat fra side 17)

en styrket position. Erfaringen viser dog, at det typisk er kunder med små og mellemstore gasaftag, der opnår besparelser på bekostning af kunderne med de største gasaftag. Indkøbsforeningen kan blokere for den direkte dialog mellem kunde og leverandør, og værdifuld information kan derved gå tabt.

Statoil Gazelle:

Ved at gå sammen i indkøbsforeninger sker der en udjævning mellem medlemmerne i foreningen – de med individuelt gode forbrugsprofiler vil afgive deres prisfordele til de med mindre gode profiler. Alle medlemmerne bliver betragtet som havende en gennemsnitsprofil.

Indkøbsforeningen kan opnå generelle fordele – men disse må baseres på administrative forenklinger ved at have én kunde i stedet for flere mindre.

5. Hvad har I gjort for at bidrage til liberaliseringen af gasmarkedet? Eller hvad har I ikke gjort?

DONG:

Som den ældste gasleverandør på det danske marked følte vi os særligt forpligtede til at oplyse vores kunder om det liberaliserede marked og dets muligheder. Det gav os en anledning til at komme i kontakt med kunderne, og i samråd med kundernes interesseorganisationer har vi derfor gennemført en lang række velbesøgte temamøder over hele landet.

Set i bakspejlet er der dog én ting, vi gerne ville have gjort anderledes: Vi undervurderede simpelt hen opgaven med at få de nye fakturerings-systemer på plads. Det medførte forsinkelser og problemer for en del kunder, og det er vi kede af.

HNG Midt-Nord:

Vi har spillet en meget aktiv rolle på 'de indre linier' i forbindelse med liberaliseringen. Det var os, der oprindeligt foreslog en markedsmodel uden kapacitetsafgift i distributionssystemet, og i dag kæmper vi videre over



Henrik Iversen Strand, markedsdirektør, HNG Midt-Nord

for Gastra for at mindske kompleksiteten i gastransmissionen.

Shell:

Shell har løbende presset på for at få skabt enkle og fair vilkår for markedets aktører. Etableringen af det uafhængige transmissionsselskab, Gastra, har været et stort skridt i den rigtige retning. Vi ser etableringen af et uafhængigt lagerselskab som det næste vigtige skridt.

Statoil Gazelle:

Vi mener, at vi har taget liberaliseringen alvorligt – dels er vi jo gået ud og har taget konkurrencen op på markedet, vi køber egen gas og tilbyder vore produkter landsdækkende og til



Jens Helmer Rasmussen, underdirektør i DONG.

alle segmenter.

Samarbejdet mellem Naturgas Fyn og Statoil om etableringen af Statoil Gazelle, hvor igennem de to selskaber kan bidrage med forskellige kompetencer og dække hele værdikæden fra gasfelt til kunde, er jo et udtryk for, at vi ønsker at være en kompetent og stærk aktør på markedet.

Herudover stiller vi op i forskellige sammenhænge og forsøger at påvirke udviklingen i en retning, som fremmer konkurrencen på markedet – f.eks. forstår vi ikke, at vi skal købe lagerydelser af vores største konkurrent i markedet.

6. Hvordan har prisudviklingen indtil nu været i 2004?

DONG:

Både olie- og gaspriserne er steget til det højeste niveau siden 1981.

HNG Midt-Nord:

Med de stærkt stigende oliepriser inden for det seneste 1½ år er gaspriserne desværre fulgt med op. Vi håber og tror på, at oliepriserne begynder at falde igen inden for det kommende år.

Shell:

Olieprisudviklingen har medført stigende naturgaspriser. På nuværende tidspunkt ser det ud til, at kunderne må indstille sig på, at priserne for 2005 ligger 20-25% højere end priserne for indeværende år.

Statoil Gazelle:

Erhvervsmarkedet incl. fjernvarmeværker har generelt haft stor gevinst af det frie marked.

Gasprisen er jo linket op imod prisen på olieprodukter – og som alment kendt er olieprisen jo steget hen over året og er historisk høj for tiden. Det samme gælder for gassen. Desværre medfører det, at kunderne ikke umiddelbart oplever den lavere pris i markedet som liberaliseringen har ført med sig.

7. Hvad er jeres forventninger til fremtidens prisdannelse på gas? Vil priserne i fremtiden blive reguleret i forhold til andet end oliepriserne?

DONG:

Efter vores opfattelse vil vi fremover se en knap så tæt binding mellem olieprisen og gasprisen. Men mange kunder har mulighed for at skifte mellem olie og gas, så det er begrænset, hvor stor forskellen bliver. At naturgasprisen holder sig i nærheden af olieprisen, kan vi også se af erfaringerne fra det engelske naturgasmarked, der har været liberaliseret i mange år.

HNG Midt-Nord:

Vi tror at prisdannelsen på gas vil følge udviklingen i oliepriserne lang tid frem. Vores forventninger er, at gasprisen om nogle år vil få "sit eget liv" styret efter udbud/efterspørgsel mekanismer. En prisdannelse, der vil foregå ud fra en gasbørs som set i Belgien (Zeebrugge) og Holland.

Shell:

Prisdannelsen er i høj grad bundet til oliemarkederne, selv om der er etableret selvstændige handelspladser for naturgas i Belgien og Holland. Det er vanskeligt at forudsige, hvilke prisnoteringer der bliver toneangivende på længere sigt, men Shell vil løbende følge kundernes behov og ønsker.

Statoil Gazelle:

Der er jo forskellige tiltag for at etablere en Dansk Gasbørs. Som verden ser ud i en overskuelig fremtid, mener vi, at der vil mangle likviditet i det danske marked for at kunne have en effektiv prissætning.

Om man så evt. kan hægte sig op på nogle af de andre gas-børser i Nord-Europa må tiden vise. Effektiv prissætning og prissætning i delmarkeder har jo at gøre med et frit flow af varerne inden for markedet – og her har både de regulerende myndigheder og infrastrukturoperatørerne et meget stort ansvar.

8. Er det en fordel at være stor eller lille som gasleverandør?

DONG:

Det er ikke størrelsen, der er afgørende, men kendskabet til kunderne og deres behov.

HNG Midt-Nord:

Store gasleverandører har ofte bedre mulighed for at pulje leverancer, mens mindre gasleverandører ofte er hurtigere og mere fleksible. Som en mellemstor gasleverandør har vi både mulighed for at handle hurtigt og udvise større individuelle hensyn til særlige kunder, og samtidig er vi store nok til at besidde alle de naturgasfaglige kompetancer, der måtte ønskes.

Shell:

Som ny gasleverandør, kan Shell hurtigt tilpasse sig – forretningen er ikke præget af vanetænkning. I rollen som grossist med behov for køb af transport og lagerydelser er det stadig en fordel at være den store.

Statoil Gazelle:

Der er ingen tvivl om, at det kræver en vis størrelse, før man kan være effektiv operatør på markedet – det gælder både mht. gasbalancering, optimering af kundeporteføljen ift. transmission og lager. Nok så vigtigt for gasleverandørerne er det ikke kun at have kunder med en bestemt forbrugsprofil.