

A photograph of a dark blue car parked in a garden, connected to a home charging station. The car is on the left, and the charging station is on the right. The garden is filled with yellow dandelions in the foreground, and a wooden fence and trees are in the background. The image is split diagonally by a dark blue shape on the left and an orange shape at the bottom.

Konkurrensen från offentliga aktörer på marknaden för hemmaladdning

RAPPORT 2025:2

Konkurrensverket, juni 2025
Författare: Leida Larkeus och Carl Klingemann
Foto: Scandinav

Innehåll

1	Sammanfattande problembeskrivning och förslag	4
1.1	Det finns ett begränsat behov av kommunalt ägda aktörer som installerar laddningspunkter på marknaden för hemmaladdning	6
1.2	På vissa lokala marknader finns indikationer på att kommunalt ägda energibolag påverkar konkurrensen negativt	9
2	Inledning	12
2.1	Syfte och frågeställningar	13
2.2	Metod	13
2.3	Avgränsningar	17
2.4	Disposition och begrepp	18
3	Marknaden för hemmaladdning	20
3.1	Installationen sker lokalt men laddinfrastrukturen erbjuds nationellt	21
3.2	Många olika aktörer är aktiva på marknaden	23
3.3	Det finns två delmarknader	25
4	Resultat och analys	27
4.1	Offentligt ägda energibolags agerande och närvaro på de aktuella delmarknaderna	28
4.2	Bedömning av antalet installationer på kommunnivå	35
4.3	Bedömning av prissättningen på marknaden	38
4.4	Bedömning av antal installatörer på kommunnivå	42
4.5	Kommunalrättsliga förutsättningar för kommunalt ägda bolag att gå in på marknaden för hemmaladdning	44
4.6	Ett fåtal kommuner har haft kommunalt ägda energibolag med högre lokala marknadsandelar	46
5	Bilagor	51

1 Sammanfattande problembeskrivning och förslag

Elektrifieringen av fordonsflottan pågår. I december 2024 utgjorde elbilar och laddhybrider 13 procent av den totala fordonsflottan och 57 procent¹ av andelen ny-registrerade personbilar under hela 2024. Tillgång till publik laddning vid offentliga platser är viktig men merparten av laddningen sker vid icke-publika laddningspunkter, exempelvis hemma eller på arbetsplatsen. Att det finns en fungerande marknad för hemmaladdning är därför av stor betydelse.

Den här studien är en beskrivning av hur offentligt ägda energibolag har agerat på marknaden för hemmaladdning. Med offentligt ägda bolag avses bolag där staten äger någon del, alternativt där en eller flera kommuner är majoritetsägare. I studien undersöker Konkurrensverket hur de offentligt ägda energibolagen har agerat och vilka drivkrafter de har haft för att träda in på marknaden. Vi analyserar särskilt hur de kommunalt ägda energibolagen har påverkat marknaden genom att studera indikatorer som rör marknadsandelar, antal installerade laddningspunkter, prissättning och antal installatörer. För att renodla analysen av verksamheternas påverkan på konkurrensen på lokala marknader avgränsar vi bort energibolag med statligt ägande.² Därför är det en skillnad mellan kategorierna offentligt respektive kommunalt ägda energibolag i rapporten, där den första inkluderar energibolag med statligt ägande.

Studien baseras på information som Konkurrensverket har inhämtat genom ålägganden till 164 energibolag, varav 122 är offentligt ägda. Det är framför allt energibolagen som står för den offentliga säljverksamheten på marknaden även om det också förekommer att andra typer av offentligt ägda aktörer installerar laddinfrastruktur. Gruppen energibolag består av företag med en eller flera verksamheter inom elhandel, eldistribution (elnät) och elproduktion. Analysen av påverkan på konkurrensen bygger på data inhämtad från Skatteverket (skattereduktionen för grön teknik) och från Naturvårdsverket (Ladda bilen-stödet). Data om behöriga elinstallationsföretag har inhämtats från Elsäkerhetsverket.

Många olika typer av aktörer är aktiva på marknaden för hemmaladdning. För att få genomföra installationer krävs att företagen har rätt behörighet registrerad för elinstallationer hos Elsäkerhetsverket. Försäljningen av installationer av laddningspunkter sker genom vitt skilda kanaler. Det kan vara fråga om elinstallatörer, renodlade elbilsladdningsaktörer och aktörer som expanderar från andra branscher, exempelvis energibolag, bilhandlare och byggvaruhandel. Marknaden är också föränderlig vad gäller aktörer som träder in, ut och konsolideras.

¹ Trafikanalys, *Fordon i län och kommuner 2024*, Trafikanalys Statistik 2025:2, s. 2, <https://www.trafa.se/globalassets/statistik/vagtrafik/fordon/2025/fordon-i-lan-och-kommuner-2024.pdf>.

² I vissa fall agerar energibolag med statligt ägande främst lokalt, men de är inte del av analysen av påverkan på konkurrensen på lokala marknader.

Konkurrensverkets bedömning är att marknaden för hemmaladdning består av två delmarknader med olika kundgrupper. Den ena delmarknaden omfattar enskilda konsumenter och den andra består av företag och organisationer. De två kundgrupperna är målgrupper för separata statliga styrmedel – skattereduktionen för grön teknik för enskilda konsumenter och Ladda bilen-stödet för företag och organisationer. Grupperna skiljer sig åt i fråga om antalet laddningspunkter per kund och installationernas omfattning. I viss mån påverkar de statliga styrmedlen hur delmarknaderna definieras, med tanke på att "enklare installationer" kan förekomma på båda delmarknaderna. Styrmedlens utformning påverkar också utvecklingen av delmarknaderna, exempelvis genom att installationstjänsten kopplas samman med inköpet av laddningsinfrastruktur på delmarknaden riktad till enskilda konsumenter. Vidare är det vår bedömning att marknaden framför allt är lokal, med utgångspunkt i att priset varierar och att installationen är en platsbunden tjänst som tillhandahålls lokalt. För denna studie definierar vi de lokala marknaderna som Sveriges 290 kommuner.

Konkurrensverkets samlade bedömning är att offentligt ägda energibolag i huvudsak har agerat som privatägda energibolag. Vi kan konstatera att en högre andel offentligt ägda energibolag har varit aktiva på marknaden för hemmaladdning, jämfört med privatägda energibolag. Under hösten 2023 var knappt hälften av de offentligt ägda energibolagen (59 av 122) aktiva på marknaden för hemmaladdning.³ När det gäller de privatägda energibolagen var det en lägre andel som var aktiva på marknaden för hemmaladdning (13 av 42). Sedan dess bedömer verket att upp till en femtedel av de offentligt ägda energibolagen lämnat marknaden. När det gäller de vanligaste drivkrafterna till att träda in på marknaden för hemmaladdning framträder inga större skillnader mellan offentligt och privat ägda energibolag. Konkurrensverkets analyser visar vidare att de få energibolag som agerar nationellt, oavsett ägande, har verksamhet med stor geografisk spridning. Analyserna visar heller inga väsentliga skillnader i prissättning mellan offentligt och privat ägda energibolag som befinner sig på samma lokala marknad.

Offentligt ägda energibolag har under 2021–2022 varit aktiva i 218 kommuner, men i varierande omfattning.⁴ I majoriteten av kommunerna står de offentligt ägda energibolagen för en låg andel av de totala installationerna, medan marknadsandelarna är högre i ett mindre antal kommuner. I vissa kommuner överstiger de kommunalt ägda energibolagens marknadsandelar 50 procent, med en tillräckligt stor kundbas (efterfrågan) för att marknadsandelarna ska bli rättvisande.

³ Uppgifterna kommer från Konkurrensverkets informationsinsamling genom åläggande som genomfördes under september och oktober 2023.

⁴ Av landets 290 kommuner är det 123 kommuner som hade ett ägande (minoritets eller majoritets) i minst ett energibolag 2023, Konkurrensverkets åläggande till kommunerna den 18 september 2023, dnr 778/2022.

Marknaden för hemmaladdning är ung och föränderlig, och konkurrensen mellan aktörerna är under utveckling. Av den anledningen är det viktigt att tidigt identifiera förekomsten av eventuella konkurrensproblem och uppmärksamma effekterna av offentlig säljverksamhet. I följande avsnitt redovisar vi ett antal slutsatser och förslag som enligt vår bedömning skulle främja marknadens funktion, och förutsättningarna för en effektiv konkurrens.

1.1 Det finns ett begränsat behov av kommunalt ägda aktörer som installerar laddningspunkter på marknaden för hemmaladdning

För att undersöka hur offentlig säljverksamhet har påverkat de lokala marknaderna har vi främst analyserat de kommunalt ägda energibolagen. Vägvalet att exkludera de statligt ägda energibolagen vid analys av de lokala marknaderna renodlar analysen eftersom de kommunalt ägda energibolagen haft en större närvaro i de kommuner där de varit aktiva, och där det samtidigt har funnits en relativt större efterfrågan. Analysen visar att i de flesta fall har kommunalt ägda energibolag en mycket begränsad närvaro på de lokala marknaderna, men undersökningen visar också att det finns vissa bolag som har varit mycket aktiva på lokala marknader för hemmaladdning. Dessa bolag har främst agerat i sina hemkommuner, där de har sin huvudsakliga verksamhet som energibolag.

Det finns ingen indikation på att kundernas efterfrågan på installationer av laddningspunkter inte tillgodoses på marknaden för hemmaladdning. Det finns behöriga installatörer i näst intill alla landets kommuner. Sammantaget fanns över 11 000 registrerade elinstallationsföretag i augusti 2024⁵, även om inte alla utför installationer av laddningspunkter. Dessutom har branschbedömningar visat att det fanns mer ledig kapacitet under 2023–2024 till skillnad från perioden 2021–2022 då både efterfrågan var hög och det rädde brist på personal med rätt kompetens.⁶

De offentligt ägda energibolagen har varit aktiva i ungefär 75 procent av landets kommuner och svarat för cirka 5 procent av alla installationer på marknaden för hemmaladdning. Runt 95 procent av installationerna har således genomförts av privata aktörer.⁷ Ungefär en femtedel av de kommunalt ägda energibolagen har nu lämnat marknaden, vilket indikerar att det funnits anledningar för dem att omvärdera sin roll på marknaden. Även i kommuner där kommunalt ägda energibolag stått för en större andel av installationerna (över 25 upp till 80 procent) finns det aktiva privata aktörer.

⁵ Installatörer syftar till de elinstallationsföretag som fanns registrerade hos Elsäkerhetsverket i augusti 2024.

⁶ Installatörsföretagens bedömningar.

⁷ Den ungefärliga andelen privata aktörer var 95 procent på delmarknaden riktad till företag och organisationer, och 97 procent på delmarknaden riktad till enskilda konsumenter, under åren 2021 och 2022.

Slutsatsen är att det finns ett begränsat behov av kommunalt ägda energibolag som installerar laddningspunkter. Det utesluter inte att det kan finnas lokala förhållanden som motiverar eller har motiverat en närvaro av kommunalt ägda energibolag. Närvaron riskerar dock att hämma utvecklingen av konkurrensen på marknaden.

1.1.1 Närvaron av kommunalt ägda energibolag riskerar att hämma privata aktörers inträde på marknaden

Varje ny installation som en kund efterfrågar kan innebära en affärsmöjlighet för en installatör. De installatörer som är eller vill bli aktiva på den lokala marknaden kan stärka sitt varumärke och få ökad erfarenhet av att installera laddinfrastruktur. Företag som har en historisk närvaro på marknaden kan dock ha fördel av detta för att vinna nya affärer.

Våra analyser visar att antalet nyregistrerade elinstallatörer⁸ varit färre per invånare i kommuner där kommunalt ägda energibolag varit närvarande på marknaden jämfört med resterande kommuner.⁹ Det finns däremot inga skillnader i det totala antalet installatörer per invånare mellan kommuner som har närvaro av kommunalt ägda energibolag och kommuner som saknar närvaro av kommunalt ägda energibolag. Vi bedömer därför att inträdet och utträdet av elinstallatörer kan påverkas av närvaron av kommunalt ägda energibolag på marknaden för hemmaladdning. Ett lågt inträde av nya aktörer kan på sikt påverka konkurrensen på marknaden negativt. Det är viktigt att kommunalt ägda energibolag inte agerar konkurrens-hämmande eftersom det också kan få negativa effekter på fler marknader än den för hemmaladdning.

1.1.2 Stora energibolag kan ha en fördel på marknaden för hemmaladdning

Majoriteten av företagen som är aktiva på marknaden för hemmaladdning är små, sett till omsättning och antal anställda, och tillhör andra branscher än energibolag.¹⁰ Det innebär att energibolag inte är en typisk aktör på marknaden för hemmaladdning. Det gäller både i fråga om branschtillhörighet – där de utgör en av de minsta kategorierna – och i fråga om storlek, eftersom energibolag vanligtvis är stora sett till omsättning och antal anställda.

Att relativt sett större bolag från energisektorn går in på marknaden för hemmaladdning, där det finns andra mindre aktörer, kan påverka antalet företag på marknaden. Större bolag kan ha stordriftsfördelar eller historiska fördelar som ger ett

⁸ Företag som registrerat sig och finns kvar 2024 i Elsäkerhetsverkets register. Dessa kan vara aktiva på olika marknader.

⁹ Detta gäller för åren 2021–2023 och gäller de installatörer som fortfarande är kvar i registret under 2024.

¹⁰ Branscher syftar här på tillhörighet utifrån branschkode (SNI).

annat utgångsläge. Exempelvis kan företag från energisektorn dra nytta av ett tidigare uppbyggt förtroendekapital, och erbjuda installation av laddningspunkter till sin befintliga kundkrets.

De flesta energibolagen på marknaden för hemmaladdning är kommunalt ägda. Det finns därför en risk att privata bolag hemmahörande i andra branscher hålls tillbaka eller att drivkrafterna att träda in på marknaden minskar om kommunalt ägda energibolag är aktiva på marknaden. Denna risk för negativa effekter kan antas gälla även för andra elinstallationer som kommunalt ägda energibolag utför, av exempelvis solceller. Vi kan konstatera att minst 30 procent av de kommunalt ägda energibolagen även säljer och installerar solceller.

1.1.3 Offentlig säljverksamhet har inneboende risker

Offentliga aktörer har en annan riskprofil än privata aktörer genom att de har säkrare finansiering. De löper näst intill ingen risk att gå i konkurs, och har tillgång till resurser i befintlig verksamhet som de kan använda för att expandera. De kan därmed ta större risker och på så sätt få en fördel. Att befintliga resurser och kapacitet kan användas för en ny affärsmöjlighet och verksamhetsgren bör inte underskattas när kostnaderna beräknas. Exempelvis kan personal, lokaler, likviditet och lagerutrymme möjliggöra större inköp med avsättning för varorna över en längre tidshorisont. Om kostnaderna underskattas kan det riskera att leda till att priset på den sålda varan sätts för lågt och att privata aktörer trängs undan.

Av energibolagens svar på Konkurrensverkets åläggande framgår att det finns vissa skillnader mellan offentliga och privata energibolag i fråga om vilka kostnader som ligger till grund för prissättningen. Offentligt ägda energibolag tar exempelvis i lägre utsträckning med kostnader för lokaler och personal. Det här behöver dock ses sammantaget med att offentligt ägda energibolag i högre utsträckning använder underentreprenörer, vilket kan vara positivt för att inte tränga undan privata installatörer på marknaden för hemmaladdning. Som underentreprenörer till offentligt ägda energibolag tillfaller dock en mindre del av affären de privata företagen på de lokala marknaderna.

1.1.4 Utvärdera den kommunala säljverksamheten på marknaden för hemmaladdning

Konkurrensverket anser att respektive kommun bör utvärdera sina bolags säljverksamhet på marknaden för hemmaladdning för att säkerställa att den på ett positivt sätt bidrar till allmännyttiga mål och inte hämmar konkurrensen.

Den lokala påverkan på konkurrensen behöver uppmärksammas för att inte privata företags möjligheter att bidra till marknadens utveckling ska riskera att hämmas. Konkurrensverket har tidigare förordat att kommuner ska ha en policy för sin näringsverksamhet. Behovet av detta blir tydligt efter denna studie av marknaden

för hemmaladdning. I och med att verksamheter och marknadsförhållanden ändras över tid bör dessa utvärderas löpande. Viktiga syften är att omhänderta klagomål från konkurrerande privata aktörer och genomföra analyser av de långsiktiga konkurrenseffekterna av pågående, expanderade och nystartade verksamheter. Konkurrensverket betonar också behovet av konkurrensneutralt agerande med riktlinjer för att den offentliga säljverksamheten bedrivs på affärsmässig grund och särredovisas.¹¹

1.2 På vissa lokala marknader finns indikationer på att kommunalt ägda energibolag påverkar konkurrensen negativt

I de flesta kommuner har de kommunala energibolagen haft relativt låga marknadsandelar, men vår studie visar att det finns exempel på lokala marknader där de kommunalt ägda energibolagen haft höga till mycket höga marknadsandelar. Det handlar om cirka 12–18 kommuner där marknadsandelen varit över 25 upp till 80 procent. Marknadsandelarna har till övervägande del minskat lokalt över tid.¹² På delmarknaden riktad till enskilda konsumenter kan vi ändå konstatera att höga marknadsandelar och ett högre antal installerade laddningspunkter sammanfaller med lägre prissättning. När dessa faktorer sammanfaller finns det risk för att priser är satta på ett sätt som kan försvåra för konkurrenter att agera på marknaden. Även om det inte är ett utbrett fenomen riskerar agerandet att snedvrider konkurrensen på ett inte obetydligt antal berörda lokala marknader.

Vi kan också konstatera att de kommuner som har eget energibolag med marknadsandelar på minst 25 procent i hög grad sammanfaller med kommuner där vi i tidigare studier sett indikationer på att de gynnar den egna säljverksamheten i fråga om markupplåtelse.¹³ Det finns således även risk för konkurrenssnedvridning på flera angränsande lokala marknader av den kommunala säljverksamheten.

Den sammanvägda slutsatsen är att det finns indikationer på att kommunalt ägda energibolag påverkar konkurrensen negativt på vissa lokala marknader. Tre olika aspekter av detta redovisas i det följande.

¹¹ Konkurrensverket, *Offentligt privat – konkurrens i kristider*, Analys i korthet 2023:5, s. 17, https://www.konkurrensverket.se/globalassets/dokument/informationsmaterial/rapporter-och-broschyrer/analys-i-korthet/analys-i-korthet_2023-5.pdf

¹² Åren 2021–2022 på delmarknaden riktad till enskilda konsumenter och 2021–2023 på delmarknaden riktad till företag och organisationer.

¹³ Konkurrensverket, *Kommuners påverkan på konkurrensen inom publik laddning av elfordon*, Rapport 2024:2, avsnitt 3.6.2, <https://www.konkurrensverket.se/informationsmaterial/rapportlista/kommuners-paverkan-pa-konkurrensen-inom-publik-laddning-av-elfordon/>

1.2.1 Höga marknadsandelar kan vara ett resultat av en lägre prissättning som kan störa konkurrensen på delmarknaden riktad till enskilda konsumenter

Kommunalt ägda energibolag ska agera affärsmässigt och deras förutsättningar skiljer sig från fall till fall. Utifrån våra analyser ser vi dock att det finns en risk att vissa kommunalt ägda energibolag tillämpar en lägre prissättning som kan störa konkurrensen. De höga marknadsandelarna på delmarknaden riktad till enskilda konsumenter som kommunalt ägda energibolag har haft i vissa kommuner sticker ut. Det genomsnittliga priset i de sju kommuner där kommunalt ägda energibolag haft minst 50 procents marknadsandel har varit lägre jämfört med resterande kommuner.¹⁴ Eftersom kunders val av installatör påverkas av prissättningen, kan höga marknadsandelar vara ett resultat av att kommunalt ägda energibolag i dessa kommuner prissätter lägre än sina konkurrenter. Varken höga marknadsandelar eller lågt pris behöver i sig vara problematiskt, men flera olika indikationer samlat kan vara tecken på en underliggande problematik.

På delmarknaden riktad till företag och organisationer är risken för avvikande lägre prissättning inte lika överhängande. Risken är lägre eftersom kommunalt ägda energibolag i genomsnitt har prissatt högre än andra privatägda bolag på den delmarknaden och det är bolagen med relativt sett lägre marknadsandelar som sticker ut.¹⁵

1.2.2 Rabatter och paketering ger mindre transparenta priser

Något som i vissa fall ytterligare sänker priserna, men som inte syns i data över prissättningen, är indirekta rabatter och paketering av tjänster och produkter. Sett till hela marknaden för hemmaladdning används rabatter och paketering i begränsad omfattning av både offentligt och privat ägda energibolag. Men i de fall rabatter och paketering förekommer får de en direkt påverkan på prissättningen. De rabatter som främst energibolag kan tillhandahålla erbjuds av flera av de kommunalt ägda energibolagen som haft över 25 procents marknadsandel på de båda delmarknaderna. Sett till marknaden i övrigt har inte aktörer utanför energisektorn möjlighet att paketera sina erbjudanden med erbjudanden om exempelvis sänkta

¹⁴ Ju högre marknadsandel inom en kommun som ett kommunalt ägt energibolag har, desto bättre överensstämmer kommunens genomsnittspris med bolagets faktiska prissättning. Detta betyder att i jämförelsen av kommuner med högre marknadsandelar och resterande kommuner så närmar vi oss en jämförelse av priset som kommunalt ägda energibolag i dessa kommuner tar ut jämfört med ett "genomsnittligt referenspris", där det genomsnittliga referenspriset är uppbyggt av privata såväl som offentliga aktörers prissättning. Detta närmande innebär att osäkerheter minskar kring om det är kommunalt ägda energibolag eller övriga aktörer som driver eventuella prisskillnader.

¹⁵ Även statligt ägda energibolag prissätter högre än resterande aktörer. Detta resultat presenteras inte i rapporten till följd av rapportens avgränsning förutom som en kontrollvariabel men nämns här för att undvika missstolkning av resultat.

elkostnader. Rabatter och paketering gör det svårare att följa prissättningen och svårare för aktörerna själva att säkerställa att det inte förekommer lägre prissättning i den egna verksamheten som kan störa konkurrensen.¹⁶

1.2.3 Kommunalt ägda energibolag bör undvika indirekta rabatter och paketering av tjänster

Kommunalt ägda energibolag bör undvika användningen av indirekta rabatter och paketering av tjänster. Att knyta erbjudanden inom elförsäljning till installationen av laddningspunkter är ett agerande som leder till mindre transparenta priser. Det är endast energibolag, eller företag som samarbetar med energibolag, som kan erbjuda paketering kopplat till elförsäljning, vilket riskerar att snedvrider konkurrensen i relation till andra installatörer på marknaden. Offentlig säljverksamhet ska inte verka på ett sätt som kan skada drivkrafterna till konkurrens och få till följd att privata alternativ hålls tillbaka eller inte träder in på marknaden. Därför ska lägre prissättning som kan störa konkurrensen undvikas, även om det sker genom paketering. I analysen har vi riktat in oss på hur de kommunalt ägda energibolagen påverkar de lokala marknaderna, men slutsatsen riktar sig även till statligt ägda energibolags säljverksamhet på marknaden för hemmaladdning.

¹⁶ Exempelvis paketering mellan marknaderna för hemmaladdning respektive publik laddning, eller mellan laddningspunkter och solceller. Våra kvantitativa metoder går inte in på aktörsspecifika analyser eller paketering.

2 Inledning

Konkurrensverket har tagit fram denna rapport för att främja konkurrensen på marknaden för hemmaladdning av personbilar. Elektrifiering i bred bemärkelse bidrar till klimatomställning av energisystem och näringsliv, och analys av olika energisystem och lagring av energi är högaktuella frågor. Elektrifiering av fordonsflottan pågår alltså, och utvecklingen är en del i skiftet bort från användningen av fossila bränslen. I december 2024 utgjorde elbilar och laddhybrider 13 procent av fordonsflottan¹⁷ och samma bild framträder i våra nordiska grannländer, med undantag för Norge som har högre andelar.¹⁸

Tips och inspel till Konkurrensverket från intressenter har pekat på att det kan finnas hinder mot väl fungerande konkurrens för installation av laddningspunkter.¹⁹ Konkurrensverket har i en tidigare rapport²⁰ analyserat hur kommunernas agerande påverkar konkurrensen inom publik normalladdning för laddningsbara personbilar. Studien visade bland annat att det förekommer kommunala ageranden som hindrar inträde från privata aktörer och snedvrider eller hämmar konkurrensen. Indikationer på att det finns en grupp med kommuner där gynnande av egen säljverksamhet förekommer.

Publik laddning fyller en viktig funktion men utgör en mindre del av den laddade energin till personbilar. Merparten av laddningen sker i stället vid icke-publika laddningspunkter, exempelvis hemma eller på arbetsplatsen. I det följande benämns detta som *marknaden för hemmaladdning* och vi beskriver i denna rapport hur marknaden har utvecklats avseende installationer av laddningspunkter.²¹

Det går som privatperson att få skattereduktion för installation av laddningspunkter för elfordon i småhus, ägarlägenheter och bostadsrätter genom avdrag för *Grön*

¹⁷ <https://powercircle.org/elbilsstatistik/> (2025-02-13) Vid slutet av 2023 utgjorde elbilar 6 procent av alla bilar i trafik, men 38 procent av de nyregistrerade personbilarna under året. Det finns närmare fem miljoner personbilar i trafik i Sverige, Trafikanalys, *Sammanfattning av Fordon 2023*, Trafikanalys Statistik 2024:2, <https://www.trafa.se/globalassets/statistik/vagtrafik/fordon/2024/fordon-2023.pdf>.

¹⁸ Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, *Konkurrencen på markedet for opladning af elbiler*, Analyse december 2023, <https://kfst.dk/analyser/kfst/publikationer/dansk/2023/20231214-konkurrencen-paa-markedet-for-opladning-af-elbiler>.

¹⁹ Exempelvis: Svenskt Näringsliv, *En laddad fråga – Konkurrens från offentliga aktörer i installationsbranschen*, Rapport den 8 juni 2022, https://www.svensktnaringsliv.se/sakomraden/foretagsjuridik/en-laddad-fraga-konkurrens-fran-offentliga-aktorer-i-installation_1186679.html

²⁰ Konkurrensverket, *Kommuners påverkan på konkurrensen inom publik laddning av elfordon*, Rapport 2024:2, <https://www.konkurrensverket.se/informationsmaterial/rapportlista/kommuners-paverkan-pa-konkurrensen-inom-publik-laddning-av-elfordon/>.

²¹ Laddningspunkt är ett fast eller mobilt gränssnitt där ett laddningsbart fordon i taget kan laddas.

teknik.²² Ladda bilen, som är en del av stödprogrammet Klimatklivet, är ett stöd till infrastruktur för icke-publik laddning av lätta fordon som administreras av Naturvårdsverket och som vänder sig till företag, bostadsrättsföreningar och samfälligheter.²³ Något som sannolikt kommer att driva på utbyggnaden av icke-publika laddningspunkter är det omarbetade EU-direktivet om byggnaders energiprestanda. Direktivet ställer nya krav på medlemsstaterna att göra det enklare att installera laddinfrastruktur vid parkeringsplatser för boende och andra lokaler som inte ägs av den som vill göra installationen.²⁴

Sammantaget utgör detta skäl till att vi i denna rapport undersöker hur kommunalt ägda energibolag, och till viss del statligt ägda energibolag, agerar när de genomför installationer på denna marknad och hur de påverkar konkurrensen.

2.1 Syfte och frågeställningar

Rapporten syftar till att beskriva hur offentligt ägda energibolag har agerat på marknaden för hemmaladdning och analysera om kommunalt ägda energibolags agerande har påverkat konkurrensen. Syftet är också att identifiera lärdomar och lämna förslag som kan främja konkurrensen på marknaden framåt. Konkurrensverket har valt att analysera följande frågor:

1. Agerar offentligt ägda energibolag som andra energibolag? Om inte, vilka drivkrafter anger de offentligt ägda energibolagen som gått in på marknaden?
2. Hur har kommunalt ägda energibolags säljverksamhet påverkat marknaden för hemmaladdning?

2.2 Metod

Vår analys utgår från en empirisk ansats med kvalitativa och kvantitativa delar. Marknaden för hemmaladdning som analyseras i den här rapporten innefattar elinstallationer som avser icke-publika laddningspunkter för (normal)laddning av

²²

<https://skatteverket.se/privat/fastigheterochbostad/gronteknik/safungerarskattereduktionenforgronteknik.4.676f4884175c97df4192870.html> (2024-09-04).

²³ <https://www.naturvardsverket.se/amnesomraden/klimatomställningen/klimatklivet/laddinfrastruktur/> (2024-09-06). Se bilaga 1 för en ögonblicksbild över aktuella stöd till laddinfrastruktur, från Naturvårdsverket.

²⁴ En begäran från hyresgäster eller delägare om tillåtelse att installera laddinfrastruktur på en parkeringsplats får nekas endast om det finns allvarliga och berättigade skäl till detta, Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2024/1275 av den 24 april 2024 om byggnaders energiprestanda (omarbeting) (EUT L, 2024/1275, 8.5.2024), artikel 14.8, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/?uri=celex%3A32024L1275>.

personbilar i Sverige.²⁵ Analysen genomförs på två delmarknader: delmarknaden riktad till enskilda konsumenter och delmarknaden riktad till företag och organisationer, se avsnitt 4.3. Utgångspunkten för analysen gällande delmarknaden riktad till enskilda konsumenter är data över skattereduktionen för grön teknik som tillhandahålls av Skatteverket, se även bilaga 3. Detta kombinerar vi med uppgifter som energibolagen inkom med på begäran av Konkurrensverket, se bilaga 2.²⁶ Utgångspunkten för analysen avseende delmarknaden riktad till företag och organisationer är data över Ladda bilen-stödet från Naturvårdsverket, se även bilaga 4.²⁷ För att svara på specifika frågor används ytterligare data från myndigheter, däribland data från Elsäkerhetsverket²⁸, och öppet tillgängliga källor. Data som vi analyserar i den här rapporten inkluderar åren 2021–2022 då en klimatbonus för fordon med låga utsläpp fanns på marknaden.²⁹

För att besvara den första frågeställningen utgår vi främst från svar som energibolagen själva lämnat om sin verksamhet och öppet tillgänglig information på deras webbplatser. De offentligt ägda energibolagen kontrolleras också som grupp mot de privatägda energibolagen, i en kvantitativ analys av prisnivåer lokalt, som baseras på data över delmarknaden riktad till företag och organisationer.

För att besvara den andra frågeställningen genomför vi kvantitativa analyser baserade på data om delmarknaderna. Respektive delmarknad representeras av de data vi har över skattereduktionen för grön teknik avseende installation av laddinfrastruktur (enskilda konsumenter) och Ladda bilen-stöd (företag och organisationer).³⁰ I stället för att skriva andel installationer eller laddningspunkter inom respektive åtgärd (skattereduktion eller stöd) anger vi marknadsandelar på

²⁵ Normalladdning innebär laddning med en effekt på högst 22 kW. Laddningseffekt, den mängd energi per tidseenhets som överförs vid laddning av ett laddningsbart fordon, från elnät till fordonets batteri. Enheten för laddningseffekt är kilowatt, kW. Inom Ladda bilen-stödet är inte en viss effekt ett villkor, men syftet är icke-publik laddning för boende och anställda på berörda företag, vilket vi bedömer avser laddningspunkter för normalladdning i de flesta fall. Högre pris när högre effekt installeras hanteras delvis vid beräkningar och analys av prissättningen. Fullständig hänsyn till att installerad effekt kan variera mellan olika laddningspunkter är inte möjlig i våra data.

²⁶ Inom arbetet med konkurrensen från offentliga aktörer på marknaderna för laddinfrastruktur och laddtjänster som ligger till grund för denna rapport och den tidigare publicerade rapporten *Kommuners påverkan på konkurrensen inom publik laddning av elfordon* (Rapport 2024:2) har Konkurrensverket genomfört informationsinsamling genom åläggande, vilket innebär att bland annat energibolag var skyldiga att inkomma med uppgifter. Informationen samlades in genom en webbenkät, Konkurrensverket, dnr 778/2022.

²⁷ Inkom den 13 september 2024, Konkurrensverket, dnr 778/2022.

²⁸ Inkom den 19 augusti 2024, Konkurrensverket, dnr 778/2022.

²⁹ Regeringen, Pressmeddelande den 7 november 2022, <https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2022/11/klimatbonusen-upphor-den-8-november/> (2024-08-26).

³⁰ Eftersom nedsättningen av priset blir upp till 50 procent med skattereduktion för grön teknik bör de flesta privatpersoner som installerar laddinfrastruktur försöka använda den möjligheten. Detta är ett antagande som slutsatserna på delmarknaden riktad till enskilda bygger på, se avsnitt 2.3 för vidare beskrivning av delmarknaderna. Efterfrågan på installationer från företag och organisationer kan till viss del visas genom antalet beviljade ansökningar om Ladda bilen-stöd hos Naturvårdsverket, men de ytterligare villkoren i det stödet innebär troligen att installationer också sker utan stöd.

respektive delmarknad. Marknadsandelar beräknar vi utifrån antalet installationer till enskilda konsumenter och antalet laddningspunkter till företag och organisationer som energibolag och andra företag installerat på respektive delmarknad, inom respektive stöd. Marknadsandelarna utgår därför inte från omsättningen på respektive delmarknad.

Modellskattningar används för att bedöma hur antalet installerade laddningspunkter samvarierar med närvaron av kommunalt ägda energibolag och närvarons eventuella påverkan på priserna och antalet installatörer.³¹ Dessa modellskattningar är indikatorer som tillsammans bidrar till en helhetsbild. Installation av laddningspunkter för hemmaladdning är inte en homogen produkt men installationerna är likartade, både vad gäller installationstjänsten och laddinfrastrukturen.³²

2.2.1 Om konkurrensbegränsande offentlig säljverksamhet

I rapporten belyser Konkurrensverket de aspekter som offentligt ägda bolag har att förhålla sig till på marknaden, som prissättning och risk för undanträngning av privata aktörer.³³

Offentlig säljverksamhet kan skada drivkrafterna till konkurrens så att privata alternativ hålls tillbaka eller inte träder in på marknaden. Reglerna om konkurrensbegränsande offentlig säljverksamhet (KOS) i 3 kap. 27–32 §§ konkurrenslagen (2008:579) är framtagna för att jämma ut förutsättningarna när offentliga och privata aktörer konkurrerar med varandra. Detta eftersom en väl fungerande konkurrens leder till ett effektivt resursnyttjande som ytterst gynnar konsumenten.

³¹ Regression med geografiska och tidsfasta effekter, se bilaga 5–8.

³² Mängden installationer vi observerar i studien antas sprida olikheterna mellan olika typer av installationer (tidsåtgång, tillval) och laddinfrastruktur (specifikation, laddningseffekt och antal uttag) jämnt mellan kommuner och år.

³³ I studien om konkurrensbegränsande offentlig säljverksamhet på gymmarknaden som Konkurrensverket publicerade i juni 2022 studerades konkurrenspåverkan genom prissättning som inte täckte normala driftkostnader, omställning överstigande anknytningskompetens och själva närvaron av en offentlig aktör på den aktuella marknaden. Studien ledde till rekommendationer om prissättning och kompetenslighet samt en metod för att räkna ut negativ konkurrensskada och hur många aktörer som borde funnits i en kommun som går att tillämpa även för andra marknader. Den studien har inspirerat frågorna vi ställer i denna studie. Konkurrensverket, *Konkurrensbegränsande offentlig säljverksamhet på gymmarknaden*, Rapport 2022:2, <https://www.konkurrensverket.se/informationsmaterial/rapportlista/konkurrensbegransande-offentlig-saljverksamhet-pa-gymmarknaden/>.

Offentliga aktörer har, när de är aktiva på en marknad, andra förutsättningar än privata företag. En skillnad är den risk som privata och offentliga aktörer möter. Till skillnad från privata företag har staten, kommuner och regioner tillgång till skattemedel och kan inte försättas i konkurs.³⁴ Offentliga företag har därför större möjligheter att fortsätta att bedriva en säljverksamhet även om denna skulle vara ineffektiv eller rent av förlustbringande. En annan skillnad som kan finnas mellan privata och offentliga aktörer är att offentliga aktörer har tillgång till lokaler eller kan nyttja andra befintliga resurser som kan ge fördelar på en konkurrensutsatt marknad.³⁵ Det är också en fördel på marknaden att vara känd för sin potentiella målgrupp och att ha en befintlig kundkrets.

För att inte snedvrider konkurrensen och riskera att konkurrera ut eller hindra inträde av resurseffektiva företag på marknaden ska offentliga aktörer inte underprisa sin försäljning av varor och tjänster. Om offentliga aktörers pris understiger det pris som privata företag tar ut på samma marknader, kan det indikera att inte alla kostnader täcks, eller att det råder olika förutsättningar för aktörerna. Det kan då finnas skäl att se över prissättningen så att den inte begränsar konkurrensen.³⁶

I rättslig mening är möjligheterna att vidta åtgärder mot konkurrensbegränsande offentlig säljverksamhet kopplade till antingen ett specifikt beteende (förfarandeförbud) eller en verksamhet som sådan (verksamhetsförbud)³⁷, som begränsar konkurrensen. Förbud får dock inte meddelas när det gäller förfarande som är försvarbart från allmän synpunkt³⁸ eller verksamhet som är förenlig med lag (kompetensenlig). Reglerna gäller om en offentlig aktör agerar själv eller genom juridisk person som den har dominerande inflytande över. Även om en verksamhet är förenlig med lag kan vissa beteenden förbjudas, om de exempelvis hämmar konkurrensen nu eller framöver. Beteenden som är försvarbara med hänsyn till andra allmänna intressen och behov som överväger konkurrensintresset kan dock inte förbjudas.³⁹

³⁴ Offentligägda associationer kan visserligen försättas i konkurs. På grund av att dess ägare inte kan det får emellertid dessa associationer ofta förmånliga villkor vid kapitalanskaffning. Det är därför osannolikt att en offentligägdd association skulle försättas i konkurs.

³⁵ Administrativa tjänster, investeringskostnader, kapitalkostnader och kostnader som är gemensamma med annan verksamhet är exempel på sådant som kan innebära en konkurrensfördel.

³⁶ Information från Konkurrensverket (juni 2019), *Konkurrensbegränsande offentlig säljverksamhet – Så fungerar reglerna i konkurrenslagen*, <https://www.konkurrensverket.se/konkurrens/lagar-och-regler/konkurrensbegransande-offentlig-saljverksamhet/>.

³⁷ Ett verksamhetsförbud kan inte meddelas mot en statlig säljverksamhet, vilket följer motsatsvis av 3 kap. 27 § 3 stycket konkurrenslagen.

³⁸ Vid bedömning av om ett förfarande är försvarbart från allmän synpunkt tas särskilt i beaktande om förfarandet strider mot annan författning eller bindande ägardirektiv såsom bolagsordning.

³⁹ Prop. 2008/09:231 s. 31–41.

2.3 Avgränsningar

Som nämdes i metodavsnittet analyseras marknaden avseende elinstallationer som avser icke-publika laddningspunkter för (normal)laddning av personbilar i Sverige. Begreppet *marknad* ska i denna studie förstås som ett vidare begrepp till skillnad från en strikt marknadsavgränsning enligt konkurrensrätten.⁴⁰ Analysen av offentlig- och privatägda aktörer på marknaden avgränsas genom att vi utgår från energibolag vad gäller de offentliga aktörerna. Andra offentliga verksamheter omfattas därför inte av analysen. Vi analyserar heller inte olika offentliga styrmedels effekt på marknaden. Förslag om att främja konkurrensen tar inte sikte på andra främjandeåtgärder som vidtas på olika beslutsnivåer (kommunalt, regionalt eller statligt).

Offentligt ägda energibolag, kommunalt liksom statligt ägda, är del av analysen av om dessa energibolag agerar som andra energibolag, för att undersöka om det finns olikheter i ingångsvärden för att gå in på marknaden. På lokal nivå analyserar vi främst påverkan av kommunalt ägda energibolags agerande. Att vi analyserar lokala marknader motiveras av de stora skillnader i pris som finns mellan kommuner och att installationerna är platsbundna.⁴¹ Vi bedömer också att installatörer av laddningspunkter främst verkar lokalt.

För att analysera de lokala marknaderna jämför vi uppgifter på kommunnivå. Skälet till att kommunalt ägda bolag är utgångspunkten i den analysen till skillnad från offentligt ägda bolag, dit statliga bolag också hör, är att nationellt aktiva energibolag överlag installerar relativt sett få laddningspunkter per kommun där de är aktiva. Det förekommer att statligt ägda bolag står för en stor andel av installationerna i vissa kommuner under vissa år.⁴² Eftersom de kommunalt ägda bolagen är utgångspunkten när vi analyserar de lokala marknaderna hanteras statliga bolag som "resten" tillsammans med privata bolag.⁴³

Kunderna på den aktuella marknaden är privatpersoner, företag, bostadsrättsföreningar och samfälligheter som beställer installation av icke-publika laddningspunkter med eller utan laddningstjänst för slutanvändarna. Vi har vidare avgränsat bort marknaden för laddningstjänster.⁴⁴

⁴⁰ Kommissionens tillkännagivande om definitionen av relevant marknad i unionens konkurrenslagstiftning (EUT C/2024/1645, 22.2.2024).

⁴¹ Vi ser att den största geografiska skillnaden finns mellan storstad och övriga kommuner.

⁴² Vid en övergripande kontroll finner vi inte några indikationer i data på att statligt ägda bolag sticker ut vad gäller prissättningsstrategier. Vi finner inte heller några indikationer på att antalet installerade laddningspunkter i kommuner där de är aktiva sticker ut på ett sätt som innebär skäl att inkludera de statligt ägda bolagen i analysen av den andra frågeställningen. Dessa beräkningar stödjer vägvalet att avgränsa analysen till kommunalt ägda energibolag på lokal nivå.

⁴³ Vid modelluppställningarna som tillhör avsnitt 5.3.2 tillåter detaljerade data att statliga bolag kontrolleras för. Detta innebär att de i de uppställningarna inte hanteras endast som "resten".

⁴⁴ Med laddningstjänster menas de lösningar och tjänster som används efter installation av laddningspunkter så som appar som kontrollerar flödet av el till laddningspunkterna.

2.4 Disposition och begrepp

Utöver rapportens inledande kapitel beskriver vi aktuell marknad och berörda delmarknader i det fjärde kapitlet. I kapitel 1 redogör vi för Konkurrensverkets samlade slutsatser och rekommendationer. I kapitel 5 redogör vi för resultat och analys av data i relation till våra frågeställningar. De data vi utgår från beskrivs ytterligare i bilagorna 2–8 och våra metoder samt databehandling finns mer utförligt beskrivna i bilaga 5–8.

I det följande redogörs för centrala begrepp som återkommer genom rapportens olika delar.

Tabell 1 Definition av centrala begrepp

Begrepp	Definition i rapporten
Behörig installatör	Behörig installatör syftar i den här rapporten på ett elinstallationsföretag som är registrerat i Elsäkerhetsverkets register som aktivt för elarbeten inom verksamhetstypen "Övriga anläggningar för användning av el", vilket innebär att företaget tillåts installera laddinfrastruktur. Företaget kan vara behörigt att installera andra typer av elinstallationer utöver laddinfrastruktur.
Elbilar, laddhybrider, elfordon, laddningsbara personbilar	Vissa åtgärder riktar sig till elfordon och då använder vi det begrepp som är bredast, vi fokuserar själva analysen till laddinfrastruktur för laddningsbara personbilar. Dessa utgörs av elbilar och laddhybrider.
Energibolag	Bolag som inom sin verksamhet äger elnät och/eller bedriver elhandel. Dessa bolag kan också producera el. Bolaget kan vara del av en koncern med flera olika verksamheter. I bilaga 2 redovisar vi hur Konkurrensverket genomfört urvalet av energibolag till åläggandet. Ekonomiska föreningar kan vara ägare till privat ägda energibolag.
Icke-ekonomisk verksamhet	Myndighetsutövning och verksamhet som <i>inte</i> går ut på att erbjuda varor och tjänster på en marknad (ekonomisk verksamhet).
Icke-publik laddning, hemmaladdning	<i>Icke-publik laddning</i> innebär laddning vid en laddningspunkt som inte är tillgänglig för alla, exempelvis vid bostaden eller arbetsplatsen. Graden av tillgänglighet definierar marknaden och den avgörs på en skala från icke-publik, semi-publik till publik laddning. <i>Hemmaladdning</i> är ett exempel på icke-publik laddning. Laddningen sker vid fordonets hemvist, alltså där fordonet vanligtvis parkerar under en längre tid. I den här rapporten representerar hemmaladdning den icke-publika laddningsmarknaden.
Installatörer	Företag som yrkesmässigt utför installationer av laddinfrastruktur. Installatörer kan i vissa fall även erbjuda försäljning av laddningspunkter och teknisk/fysisk utrustning för laddning av laddningsbara fordon.
Ladda bilen-stöd	Stödet kan sökas av bostadsrättsföreningar, företag och andra organisationer som vill erbjuda laddning för elfordon för boende och anställda. Ladda bilen-stödet kan ge organisationen bidrag för kostnader för arbete, material, grävning, installation och liknande. Stödet täcker upp till 50 procent av kostnaderna, men med ett högsta belopp om 15 000 kronor per laddningspunkt.
Laddinfrastruktur, laddningspunkt, laddbox/laddstolpe	<i>Laddinfrastruktur</i> är ett samlingsbegrepp för den tekniska/fysiska utrustningen för laddning av laddningsbara fordon. <i>Laddstolpe</i> , <i>laddbox</i> är exempel på laddinfrastruktur. <i>Laddningspunkt</i> är ett fast eller mobilt gränssnitt där ett laddningsbart fordon i taget kan laddas.
Laddningstjänst	De lösningar och tjänster som används efter installation av laddningspunkter så som appar som kontrollerar flödet av el till laddningspunkterna.

Begrepp	Definition i rapporten
Närvaroeffekt	Vi undersöker närvaroeffekter för att jämföra kommuner (lokala marknader) som har närvaro av kommunalt ägda energibolag som installerar laddningspunkter, och kommuner som saknar sådana bolag. Som utgångspunkt kan det ses som en jämförelse av medelvärden mellan kommunerna som har närvaro jämfört med resterande kommuner. Vidare kontrollerar vi också effekten av andra samvarierande faktorer med avsikten att renodla vad närvaroeffekten är. Vi jämför pris, antal installationer och antalet installatörer på detta sätt.
Privat, kommunalt eller statligt ägt energibolag	Privat: Privata aktörer äger minst hälften av företaget. Kommunalt: Mer än hälften av företaget ägs av en eller flera kommuner och bolaget är inte publikt handlat. Statligt: Staten äger hela eller delar av företaget.
Publik laddning	Laddning vid en laddningspunkt som är tillgänglig för allmänheten eller dit användaren har icke-diskriminerande åtkomst.
Skattereduktion för grön teknik för installation av laddningspunkt till elfordon	Hanteras av Skatteverket och medges som skattereduktion med 50 procent av kostnaden för arbete och material. ⁴⁵

⁴⁵ <https://www.skatteverket.se/privat/fastigheterochbostad/gronteknik.4.676f4884175c97df4192860.html> (2025-02-17).

3 Marknaden för hemmaladdning

Tillgång till laddning där bilen parkeras ofta är viktig, utifrån konsumentens perspektiv, för att motivera inköp och användning av laddningsbara personbilar.⁴⁶ Hemmaladdning är också att föredra där bilen står parkerad under längre tid. Vid längre tids parkering behöver inte laddningseffekten vara så hög som vid laddning på resa, utan det räcker med normalladdning.⁴⁷

Efterfrågetrenden på marknaden för installation av hemmaladdning är positiv. Trenden visar en fortsatt ökning av antalet laddningsbara personbilar även om statliga styrmedel har ändrats (elbilspremien har utgått) och konjunkturen viker ner 2023. Mängden installerade icke-publika laddningspunkter följer samma utveckling, med viss variation mellan åren. Efterfrågan på personbilar och laddningsbara personbilar har överlag varit lägre även 2024 men efterfrågan väntas öka igen de närmaste åren.⁴⁸ Det saknas data vad gäller det totala antalet icke-publika laddningspunkter, men enligt Energimyndighetens bedömning⁴⁹ finns i storleksordningen 10 gånger fler icke-publika laddningspunkter än publika.

Figur 1 visar antalet installationer med skattereduktion respektive stöd, hos fysiska personer respektive företag och organisationer, under perioden 2018 till och med tredje kvartalet 2024. Detta visas i figuren tillsammans med totala antalet laddningsbara personbilar (elbilar och laddhybridbilar) under perioden 2018–2024. Fram till och med tredje kvartalet 2024 visar våra beräkningar att åtgärderna *Grön teknik* tillsammans med *Ladda bilen-stödet* omfattat minst 430 000 nytillkomna icke-publika laddningspunkter sedan 2019.⁵⁰ Tillsammans med antalet beslut hos Naturvårdsverket om *Ladda hemma-stöd* till privatpersoner 2018–2021 ger det ett uppskattat värde om cirka 465 000 nytillkomna icke-publika laddningspunkter.⁵¹ Utöver dessa laddningspunkter finns också de icke-publika laddningspunkter som fått stöd av Naturvårdsverket före tillkomsten av *Ladda bilen-stödet*, vissa år under perioden 2015–2018 inom Klimatklivet.⁵² Antagligen sker också installation av icke-publika laddningspunkter utan stöd, men i mer begränsad omfattning.

⁴⁶ <https://www.vattenfall.se/ladda-elbilen/> (2025-05-12).

⁴⁷ Måns Norlin m.fl., *Statens Roll för att påskynda elektrifieringen av transportsektorn*, Konsultrapport åt Klimatpolitiska rådet den 23 november 2018, s. 16, <https://www.klimatpolitiskaradet.se/wp-content/uploads/2021/04/wspstatensrollforattpaskyndaelektrifieringenavtransportsektorn.pdf>.

⁴⁸ Trafikanalys, *Korttidsprognoser för den svenska fordonsflottan*, PM 2024:7, <https://www.trafa.se/vagtrafik/korttidsprognoser-for-vagfordonsflottan-2024-14697/>.

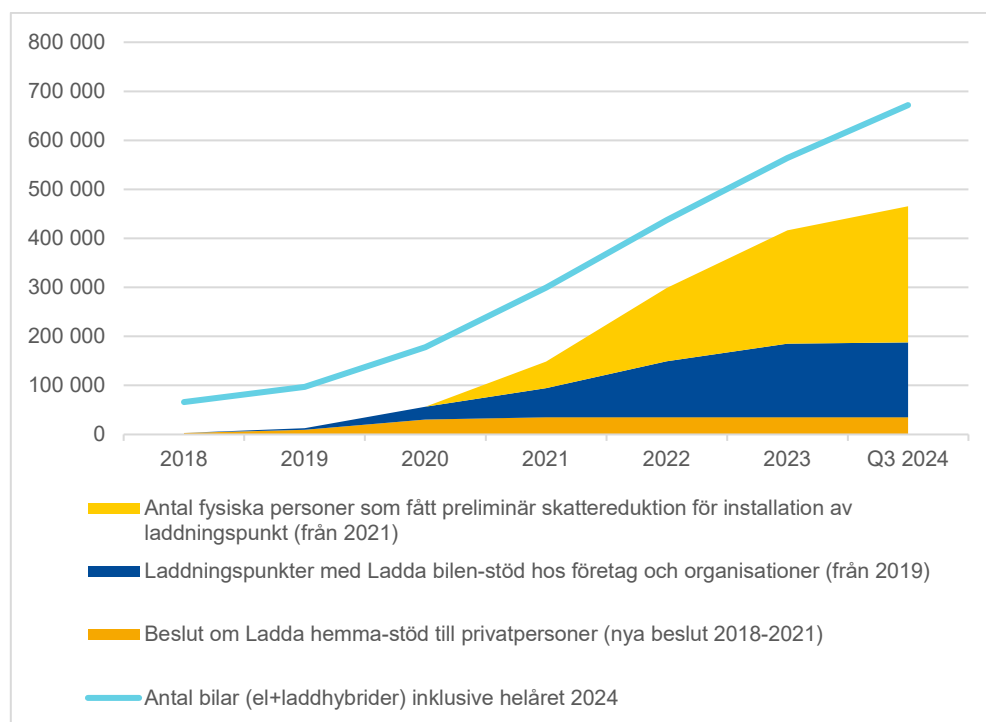
⁴⁹ Energimyndighetens bedömning från 2023 som återges i rapporten från Riksdagen, *Planera laddinfrastruktur för vägtrafik – en kunskapsöversikt*, Rapport 2023/24:RFR7, s. 128.

⁵⁰ Konkurrensverkets beräkningar utifrån statistik från Naturvårdsverket 2024-09-13 och Skatteverkets statistikdatabas online 2024-10-16.

⁵¹ Beräknad total utifrån uppgifter från Naturvårdsverket den 16 december 2022, handl. nr 870, Data från Naturvårdsverket om *Ladda bilen*-bidrag, dnr 778/2022.

⁵² Riksdagen, *Planera laddinfrastruktur för vägtrafik – en kunskapsöversikt*, Rapport 2023/24:RFR7, s. 64.

Figur 1 **Antal laddningsbara personbilar och icke-publika laddningspunkter**



Källa: Konkurrensverkets beräkningar utifrån uppgifter från Skatteverket och Naturvårdsverket samt Trafikanalys statistik om *fordon på väg*.⁵³

3.1 Installationen sker lokalt men laddinfrastrukturen erbjuds nationellt

Marknaden omfattar de delar som ingår i affärsuppgörelsen mellan säljaren och kunden om att installera en laddningspunkt för hemmaladdning, se tabell 2. Köpet av en installerad laddningspunkt innebär att båda delarna, installationstjänst och laddinfrastruktur, köps samlat. Specifikationen för det köpet innebär att kunden väljer var installationen ska ske och vilka tillval som behövs. Laddinfrastrukturens specifikation beror på vilka preferenser kunden eller säljaren har.

Vad gäller installationstjänsten innebär köpet en faktura för kunden, medan den fysiska laddinfrastrukturen innebär ett avtal med den som ansvarar för användargränssnitt, eventuell laddningstjänst och garanti för laddinfrastrukturen. För kundens del innebär köp på den här marknaden att läget vad gäller energibolag, parkering och markäggande är oförändrat.

⁵³ <https://www.trafa.se/vagtrafik/fordon/> (2025-02-13).

Tabell 2 Specifiering av de delar som ingår i affärsuppgörelsen mellan säljare och kund

Produkt	Delar	Förändring för kunden	Oförändrat för kunden
Installation laddningspunkt	Installationstjänst*	Faktura för köp av installation laddningspunkt.	Energibolag
	Laddinfrastruktur**	Avtal med energibolag justeras vid behov av förändring av nätanslutningen. Avtal med den som ansvarar för användargränssnitt, ev. laddningstjänst och garanti.	Parkering Markägande

* Installation hos slutkund/gemensam parkering.

** - Med laddningspunkt avses utrustning för laddning. Laddinfrastruktur är ett övergripande begrepp för fast utrustning som behövs för laddning av laddningsbara personbilar (laddningspunkt + ledningsinfrastruktur).⁵⁴

- Varumärke baseras på kundpreferens eller den produkt vald säljare av installationen/installatören samarbetar med.

- Normalladdning eller laddning med högre effekt med olika val för installationen (ex. lastbalansering).

- Användargränssnitt, garanti för laddinfrastruktur

Den aktuella marknaden för installation av laddningspunkter för hemmaladdning bedömer Konkurrensverket i huvudsak vara lokal. För denna studie illustrerar vi de lokala marknaderna utifrån Sveriges 290 kommuner. Detta ska dock inte tolkas som ett definitivt ställningstagande om att den lokala marknaden alltid är detsamma som en kommun. Även om utbudet av installationstjänsten erbjuds på nationell basis av flertalet aktörer bland energibolag och större installationsbolag, bedömer vi att installationen erbjuds på lokala marknader. Bedömningen grundar sig på ett antal faktorer. Svaren på Konkurrensverkets åläggande visar att 80 procent av energibolagen agerar lokalt.⁵⁵ Laddinfrastrukturen levereras till installatören, eller fastighetsägaren, inför installationen som är en platsbunden tjänst. Installatörer antas i normalfallet verka inom ett körbart avstånd⁵⁶, som visserligen kan variera med geografiska förutsättningar och värdet av en installationsaffär. Bedömningen av geografisk marknad baseras därtill på att priset för installation av laddningspunkter varierar över landet.

Leverantörskedjan och energibolagens roll på marknaden illustreras i figur 2. Tillverkare säljer laddinfrastruktur till leverantörer som i sin tur levererar till säljare eller fastighetsägare. Installatörer samarbetar i nästa led med säljare eller agerar säljare själva. Fastighetsägaren är i kontakt med säljare och installatör och har en pågående avtalsrelation med sitt energibolag. Energibolag träder ibland in som säljare på marknaden (vilket visas med en röd streckad linje mellan energibolag och

⁵⁴ <https://www.boverket.se/sv/PBL-kunskapsbanken/regler-om-byggande/laddning-av-elfordon/> (2025-03-18).

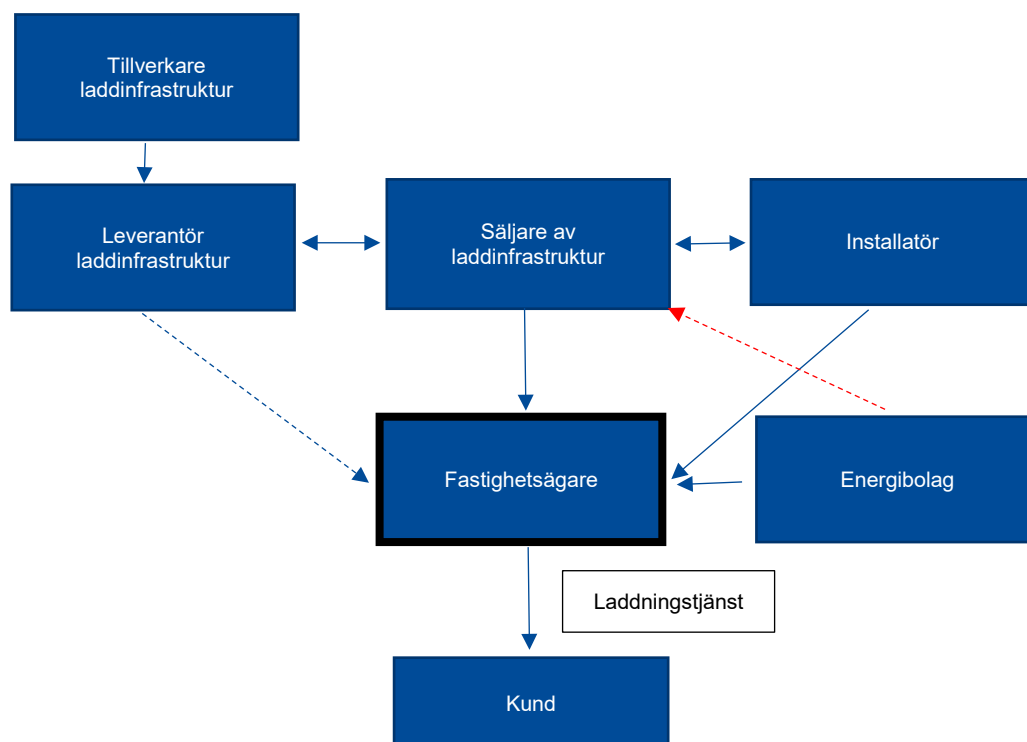
⁵⁵ Konkurrensverkets åläggande, dnr 778/2022.

⁵⁶ Till körbart avstånd räknas exempelvis upp till 150 kilometer, tur och retur, <https://el-ljus.se/laddbox-knivsta/> (2025-03-18).

säljare av laddinfrastruktur), med installation i egen regi eller genom underleverantörer. I vissa fall är slutanvändarna kunder till fastighetsägaren. Fastighetsägaren kan vidare ha avtalat om en laddningstjänst med säljaren av laddinfrastruktur eller med en separat aktör.

Vi ser att fastighetsägarna är kunderna på marknaden för hemmaladdning även om slutanvändarna i sin tur kan vara kunder till fastighetsägare.

Figur 2 **Leverantörskedjan för köp och installation av laddinfrastruktur för hemmaladdning**



3.2 Många olika aktörer är aktiva på marknaden

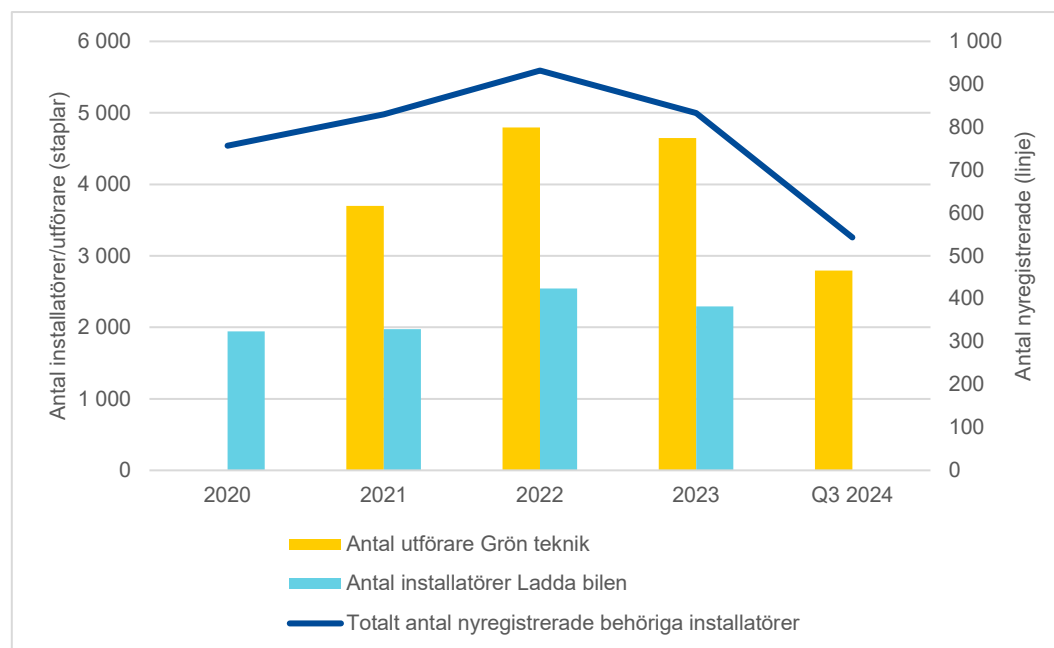
Marknaden är föränderlig och aktörer träder in, ut och konsolideras.⁵⁷ Elföretag som har rätt behörighet för elinstallationer registrerad hos Elsäkerhetsverket kan genomföra installationer av laddinfrastruktur.⁵⁸

⁵⁷ Antalet kommuner med en företagsmix som har betoning på små företag i stället för mikroföretag ökar över tid, se bilaga 3, tabell 2, och enskilda aktörer som installerar har slagits ihop i flertalet fall, vilket vi sett vid genomgången av unika installatörer inom Ladda bilen-stödet.

⁵⁸ <https://www.elsakerhetsverket.se/privatpersoner/din-elanlaggning/bygga-och-renovera/installation-av-elbilsaddare/installera-din-laddningspunkt/> (2024-10-03).

I augusti 2024 fanns det över 11 000 registrerade företag för den typen av installation där laddinfrastruktur ingår.⁵⁹ Den geografiska spridningen för dessa företag är stor, och det finns installatörer med hemvist i 289 av landets 290 kommuner. Figur 3 visar antal unika installatörer per år⁶⁰ (på vänster y-axel), jämfört med antal nyregistrerade installatörer per år⁶¹ (på höger y-axel). Som framgår av figuren är det fler installatörer som installerat laddningspunkter hos fysiska personer inom grön teknik än hos företag och organisationer inom Ladda bilen-stödet.

Figur 3 **Antal installatörer**



Källa: Konkurrensverkets bearbetning av data från Skatteverket, Naturvårdsverket och Elsäkerhetsverket 2024.

Alla behöriga installatörer utför inte installationer av icke-publik laddinfrastruktur.⁶² Under slutet av pandemin var efterfrågan på installatörsbranschens tjänster hög och kompetensbristen stor, men under 2023 minskade mängden

⁵⁹ Data från Elsäkerhetsverket visar en ögonblicksbild över det totala antalet installatörer som har behörighet att utföra installation av laddinfrastruktur för laddning av personbilar i hem och hos företag. Antalet nytillkomna installatörer per år och som fortfarande har behörighet registrerad 2024 framgår också.

⁶⁰ Inom skattereduktionen Grön teknik, utifrån data över preliminär skattereduktion, och Ladda bilen-stödet.

⁶¹ Nyregistrerade installatörer hos Elsäkerhetsverket som fortfarande fanns kvar på marknaden 2024 och som har behörighet att genomföra installationer inom kategorin "övriga anläggningar för användning av el" där laddinfrastruktur ingår. Linjen visar tillskottet av nya installatörer varje år. Inkluderar man åren från registrets start 2017 och summerar antalet nyregistrerade installatörer varje år får vi fram att det finns 11 412 unika installatörer.

⁶² Konkurrensverkets bedömning utifrån att motsvarande ungefär en tredjedel av det totala antalet installatörer genomfört installationer på delmarknaden riktad till företag och organisationer.

byggprojekt vilket fick till följd att jobben i elinstallationsbranschen minskade.⁶³ Insatser för lägre driftkostnader, energieffektivisering och grön omställning pekades ut som potentiella affärsområden. Under 2024 fortsatte volymen jobb minska och branschorganisationen Installatörsföretagen prognostiserade för en vändning mot ökade volymer under 2025.⁶⁴

Försäljningen av installation av laddningspunkt kan ske genom vitt skilda kanaler som elinstallatörer, renodlade elbils-laddningsaktörer och aktörer som expanderar från andra branscher (bilhandlare, byggvaruhandel, energibolag med flera). En del aktörer erbjuder också installation via samarbetspartner, men aktören är en väg in för kunden som söker information exempelvis på ett energibolags webbplats.⁶⁵ Det finns i dagsläget onlinetjänster för att begära offerter från flera installatörer.⁶⁶

Marknaden präglas till viss del av de incitament som finns för elektrifiering av fordonsflottan. Eftersom fakturan som ligger till grund för skatteavdrag på kostnaden för enskilda konsumenter måste inkludera *installationstjänsten* likriktar det affärsmodellerna något.⁶⁷ Enskilda konsumenter som väljer att köpa *laddinfrastrukturen* separat från *installationstjänsten*, från olika leverantörer, kan inte få lika stort avdrag.

3.3 Det finns två delmarknader

Kunderna kan delas upp mellan enskilda konsumenter respektive företag och organisationer. De två kundgrupperna är målgrupp för separata åtgärder, skattereduktionen för grön teknik för enskilda konsumenter och Ladda bilen-stödet för företag, bostadsrätter och samfälligheter. Antalet laddningspunkter per installationsaffär och omfattningen av installationerna skiljer sig också åt mellan de två kundgrupperna.

Säljarna i sin tur är fria att erbjuda installationstjänster till båda kundgrupperna utan särskilda hinder. Den bedömningen bygger på att laddinfrastruktur är en

⁶³ Enligt Installationsföretagens rapporter om marknadsläget 2021 och 2024, <https://www.in.se/aktuellt/rapporter/Installationstrender/#/> (2024-10-23).

⁶⁴ Ibid.

⁶⁵ Överlag är energibolagens webbplatser den vanligaste marknadsföringskanalen för erbjudanden om installation av icke-publika laddningspunkter, enligt energibolagens svar på Konkurrensverkets åläggande, på frågan *Vilka marknadsföringskanaler använder bolaget för att nå ut med erbjudande om försäljning och installation av icke-publik laddinfrastruktur och eventuell laddtjänst*. Av dem som svarade på den frågan angav 78 procent att bolagets webbplats är en av de aktuella marknadsföringskanalerna.

⁶⁶ <https://laddbox.nu/installera-laddbox> (2024-09-02).

⁶⁷ Vid skattereduktion för grön teknik.

begränsad investering. Laddinfrastruktur levereras av flera leverantörer till installatörsledet. Kunskapen om olika installationer av laddningspunkter bör vidare gå att förvärva inom ramen för en elinstallatörs verksamhet.

Företag och organisationer som bostadsrättsföreningar och samfälligheter kan ha behov av att köpa helhetslösningar inklusive möjligheten till individuell fakturering av elkostnader.⁶⁸ I det senare fallet kan antalet aktörer som levererar helhetslösningar eller har samarbeten för att erbjuda helhetslösningar vara färre. Konkurrensverket bedömer därför att marknaden för hemmaladdning bör analyseras som två delmarknader, en delmarknad riktad till enskilda konsumenter och en riktad till företag och organisationer.

⁶⁸ Icke-publika laddtjänster fungerar olika, men kan innebära att aktören sköter mätning av elförbrukning, fakturering till kund, alternativt tillhandahåller en betaltjänst där betalning sker direkt. Fastighetsägaren är den som har elavtal med elhandelsbolaget och får intäkterna för laddningen.

4 Resultat och analys

Marknaden för hemmaladdning av laddningsbara personbilar är ung. Säljare och installatörer på marknaden arbetar för att etablera sig, och dessa är främst privata aktörer, men även offentligt ägda energibolag installerar laddningspunkter själva eller genom olika samarbeten. En del offentligt ägda energibolag ser detta som en naturlig marknad eftersom de säljer el.⁶⁹ Elinstallatörer som agerar på installationsmarknaden ser detta som en del i sitt arbete med installationer för den gröna omställningen åt sina kunder.⁷⁰

I följande kapitel presenteras och analyseras de offentligt ägda energibolagens agerande på marknaden för hemmaladdning. I kapitlets första avsnitt (5.1) presenterar vi resultat och analyser för att svara på den första frågeställningen, om offentligt ägda energibolag agerar som andra energibolag. Vi presenterar också marknadsandelar som indikator. Vi tar avstamp i vad energibolagen själva har uppgett med inslag av analyser som baseras på andra data.

I de nästkommande fem avsnitten (5.2–5.6) presenterar vi resultat och analyser för att i huvudsak svara på den andra frågeställningen, om hur kommunalt ägda energibolags säljverksamhet påverkat marknaden för hemmaladdning. Dessa avsnitt är i huvudsak uppdelade utifrån vilken *indikator* vi analyserar. Den första indikatorn är antalet installerade laddningspunkter. Detta undersöker vi för att se om antalet installerade laddningspunkter är annorlunda vid närvaron av kommunalt ägda energibolag som installerar laddningspunkter. Den andra indikatorn är priset och genom att analysera prissättningen får vi en bild av hur olika aktörer på marknaden prissatt på de lokala delmarknaderna. Vidare redovisar vi utvecklingen av antalet installatörer i kommunerna och detta gör vi för att analysera om drivkrafterna att träda in på marknaden påverkats av närvaron av kommunalt ägda energibolag som installerar laddningspunkter.

I varje avsnitt presenterar vi först resultaten följt av en analys. För avsnitt 5.2–5.6 presenterar vi resultaten uppdelade på de två delmarknaderna.

⁶⁹ Utifrån svar på Konkurrensverkets informationsinsamling genom åläggande till energibolag skickad den 27 september 2023, dnr 778/2022.

⁷⁰ <https://www.in.se/aktuellt/rapporter/Installationstrender/#/> (2024-10-23).

4.1 Offentligt ägda energibolags agerande och närvaro på de aktuella delmarknaderna

4.1.1 Energibolag har en geografiskt utbredd närvaro på marknaden

Offentligt ägda energibolag har varit aktiva i 218 kommuner under 2021–2022 men i varierande omfattning.⁷¹ Av de offentligt ägda energibolagen har 59 bolag av 122⁷² angett att de är aktiva på marknaden för hemmaladdning.⁷³ För de privatägda energibolagen var motsvarande antal 13 av 42 bolag. Det är därmed en större andel av de offentligt ägda energibolagen som erbjuder installation av laddningspunkter för hemmaladdning. Det är dock stor skillnad mellan företagen inom och mellan grupperna och jämförelsen tar inte hänsyn till vilken typ av verksamhet energibolagen har eller till deras omsättning överlag eller inom delmarknaderna.

Flest energibolag installerar laddningspunkter i egen regi

Sammantaget sätter 41 offentligt ägda energibolag själva priserna mot kund genom att vara aktiva i egen regi eller genom underentreprenörer⁷⁴, medan 18 bolag samarbetar⁷⁵ med andra aktörer som sätter priserna. Skillnaden mellan aktivitet på marknaden genom underentreprenörer eller samarbetspartner är om energibolaget självt sätter priset mot kunden. Andelen som använder samarbetspartner har ökat över tid från 2023 till 2024.⁷⁶ Ett mindre antal av de som installerar laddningspunkter i egen regi eller genom samarbetspartner gör det *också* genom underentreprenörer (6 bolag).

⁷¹ Av landets 290 kommuner är det 123 kommuner som hade ett ägande (minoritets eller majoritets) i minst ett energibolag 2023, Konkurrensverkets åläggande till kommunerna den 18 september 2023, dnr 778/2022.

⁷² 118 av dessa är till en majoritet kommunalt ägda och 4 är helt eller delvis statligt ägda.

⁷³ Här presenteras resultaten utifrån vad energibolagen har uppgett i svaren på Konkurrensverkets åläggande på frågan om de är aktiva på marknaden för försäljning och installation av icke-publik laddinfrastruktur. Aktuella uppgifter från 2023. I vissa fall när energibolaget har flera kommuner som hemmamarknad har lokal marknad angetts som aktuell marknad av dessa bolag, i stället för regional.

⁷⁴ Genom verksamhet i egen regi, 20 bolag, eller med underentreprenörer, 21 bolag. Av dessa bolag som sätter priset agerar: 39 energibolag i egen regi eller genom underleverantörer, ett bolag genom underleverantörer (och de har inte svarat på andra frågor), ett bolag i egen regi endast till verksamheter inom kommunen.

⁷⁵ 15 bolag använder samarbetspartner och tre bolag använder dotterbolag, eller systerbolag med underentreprenörer.

⁷⁶ En genomgång i juli 2024 visade att lite över hälften av de kommunalt ägda energibolagen som installerar laddningspunkter gör det genom samarbetspartner (helt eller delvis, detaljeringsnivån är lägre i dessa uppgifter). Detta är baserat på Konkurrensverkets genomgång av energibolagens webbplatser.

Sammanlagt sätter 8 privatägda energibolag själva priserna mot kund, i normalfallet genom att vara aktiva i egen regi.⁷⁷ Av de privatägda energibolagen samarbetar 5 med andra aktörer som sätter priserna.⁷⁸ För överblick gällande energibolagens relation till marknaden för hemmaladdning, se figur 4.

Figur 4 Energibolagen och deras relation till marknaden för hemmaladdning (antal bolag)



Not. Sätter pris = är aktiva inom installation av laddningspunkter i egen regi eller genom underentreprenörer i någon utsträckning.

Den lokala marknaden är aktuell för flest energibolag

Majoriteten av offentligt ägda energibolag uppger att de agerar på en lokal marknad (ca 80 procent) medan drygt 10 procent uppger att de agerar regionalt och något enstaka nationellt.⁷⁹ Samma förhållande gäller mellan de privatägda energibolagen.⁸⁰ De energibolag, offentligt liksom privat ägda, som agerar nationellt, har stor geografisk spridning för sin verksamhet.

⁷⁷ Genom verksamhet i egen regi, 7 bolag, eller med underentreprenörer, ett bolag.

⁷⁸ 3 bolag använder samarbetspartner och två genom dotterbolag med avtalet mot kund.

⁷⁹ Av 42 offentligt ägda energibolag varav 39 agerar själva på marknaden (genom egen regi eller underleverantörer), 1 har ej svarat på andra frågor än denna och 1 agerar genom systerbolag respektive 1 genom samarbetspartner men har svarat på denna fråga i Konkurrensverkets åläggande.

⁸⁰ För 8 privatägda energibolag som agerar själva på marknaden (genom egen regi eller underleverantörer).

En del energibolag har varit aktiva men lämnat marknaden

De privata energibolag som har varit aktiva på marknaden för hemmaladdning och lämnat den har angett *dålig lönsamhet* och *hård konkurrens* som skäl, och de offentligt ägda som lämnat marknaden anger att deras *bidrag inte behövs på marknaden*.⁸¹ De energibolag som inte valt att gå in på marknaden anger som vanligaste alternativ att verksamheten *ligger utanför bolagets kompetens* som alternativ och att det ligger utanför *kompetens, uppdrag och roll som elnätbolag* enligt fritextsvar. Efter tidpunkten för Konkurrensverkets åläggande bedömer verket att ytterligare upp till 20 procent av de offentligt ägda bolagen, som tidigare angett att de installerar laddningspunkter, har lämnat marknaden då de inte tydligt på sin webbplats visar att de fortfarande skulle vara aktiva inom installation av laddningspunkter för hemmaladdning.⁸²

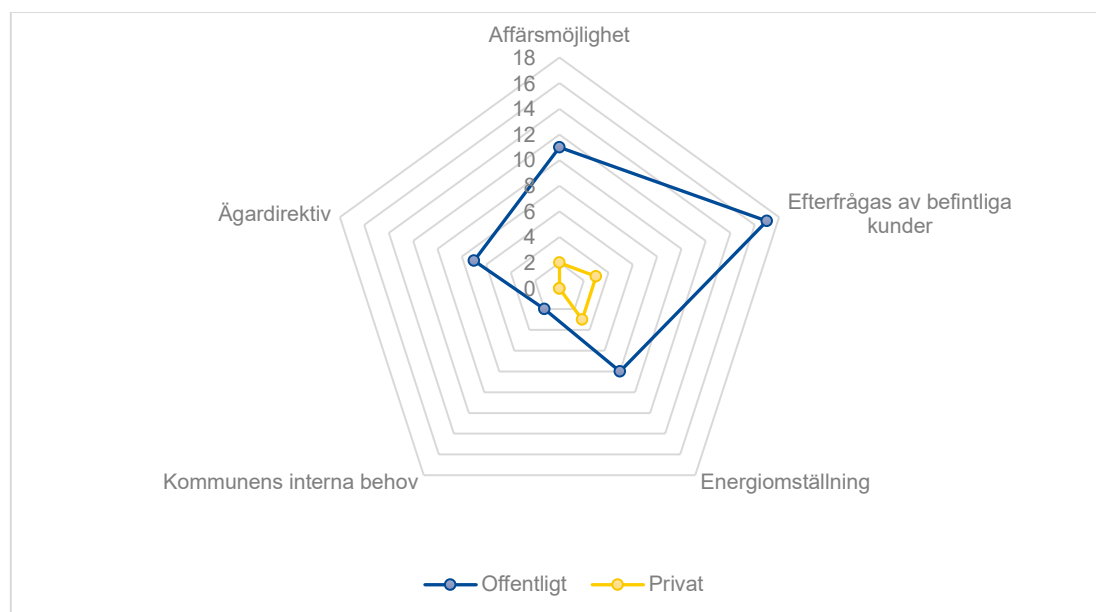
4.1.2 De befintliga kundernas efterfrågan är den vanligaste drivkraften för energibolagen att träda in på marknaden

Såväl privat som offentligt ägda energibolag uppger tre huvudsakliga incitament till att träda in på marknaden: *affärsmöjlighet*, *efterfrågas av befintliga kunder* och *energiomställning*. De offentligt ägda energibolagen uppger utöver dessa tre skäl även kommunens behov och ägardirektiv som anledningar, se figur 5.

⁸¹ Svar från enstaka privatägda energibolag och 4 offentligt ägda energibolag. Utifrån alternativsvar där alternativet *hård konkurrens* inte är ytterligare definierat, och fritextsvar.

⁸² Dessa 12 energibolag (12 av 59) fördelar sig jämnt över kategorierna av energibolag som tidigare angett att de genomför installationer i egen regi (ca 40 procent), genom underentreprenörer (en tredjedel) eller via samarbetspartner (25 procent). Bedömningen är baserad på Konkurrensverkets genomgång av energibolagens webbplatser i juli 2024.

Figur 5 Antal energibolag som angett respektive skäl till att vara aktiv på marknaden för hemmaladdning



Källa: Övergripande inriktning på de skäl till att vara aktiv på marknaden för hemmaladdning som energibolagen som svarat på Konkurrensverkets åläggande angivit. Uppgifterna har sammanställts genom Konkurrensverkets bearbetning av svaren.

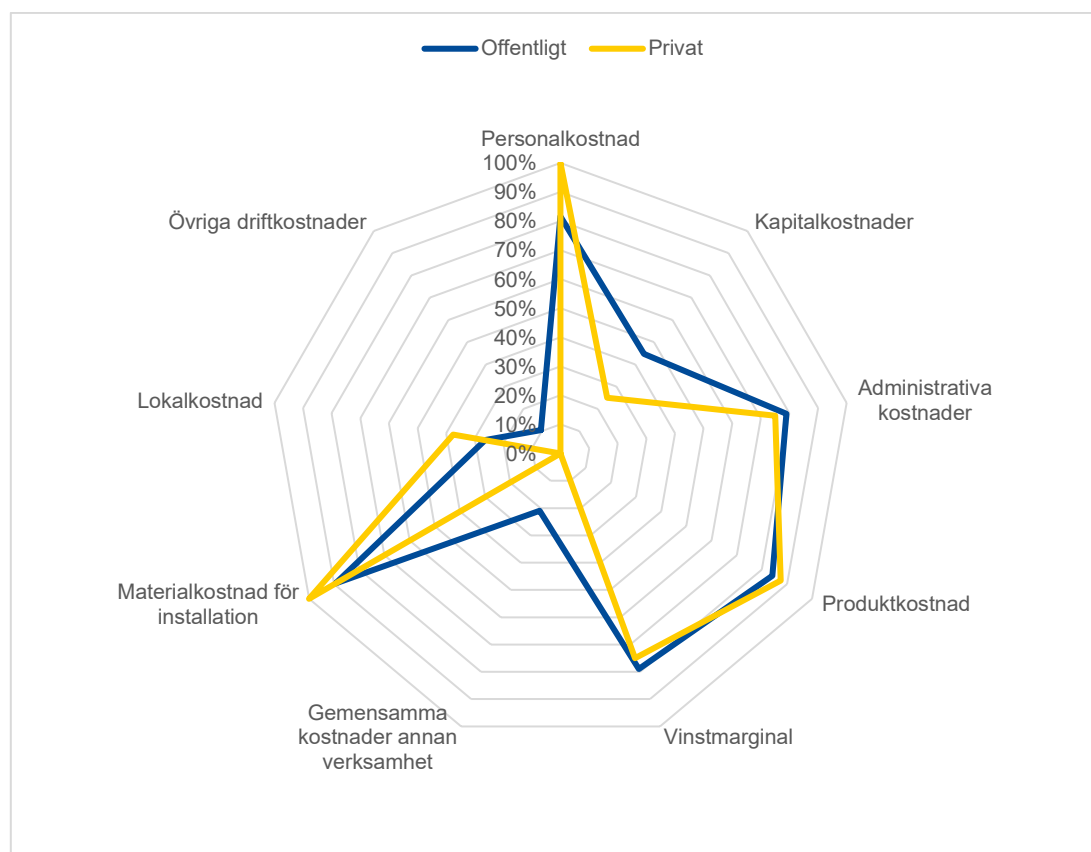
Not. Bolagen (39 offentligt ägda och 8 privatägda energibolag) har angett flera alternativ.

4.1.3 Energibolagens prissättningsstrategier

Av de 39 offentligt ägda energibolag som agerar i egen regi eller genom underleverantörer anger 36 bolag att de tillämpar en marknadsmässig prissättning och tre bolag att de tillämpar självkostnadspris. Av de 8 privatägda energibolagen som agerar i egen regi eller genom underleverantörer anger 6 bolag att de tillämpar en marknadsmässig prissättning och 2 bolag att de tillämpar självkostnadspris. Figur 6 visar vilka kostnader offentligt respektive privat ägda energibolag angett att de inkluderar i sin beräkning av kostnader. Övergripande kostnader anges oftare av offentligt ägda energibolag medan personalkostnader och lokalkostnad anges oftare av de privatägda energibolagen. Andelen av energibolagen som inkluderar de olika kostnadsposterna vid prissättning utifrån sin intäktsprincip (självkostnad eller marknadsmässigt pris), uppdelat mellan offentligt (38 svar) och privat (8 svar) ägda bolag framgår av figuren.⁸³

⁸³ Antalet svar är 38 på grund av att ytterligare 1 offentligt ägt bolag faller bort, eftersom en leverantör står för en del av kostnadsposterna och fakturerar slutkunden. Antalet privata bolag motsvarar de av de aktiva privatägda energibolagen som angett att de agerar i egen regi eller genom underentreprenörer.

Figur 6 Andel av energibolagen som inkluderar kostnadsposterna för sin prissättning



Källa: Konkurrensverkets bearbetning av data från Konkurrensverkets åläggande.

Vi ser att offentligt ägda energibolag oftare än privatägda energibolag lägger in kostnader som är mer övergripande, men att lokalkostnader oftast inte är inkluderade. Bilden vi ser är att dessa grupper av bolag inte använder helt överlappande kostnadsposter för sin prissättning, vilket kan påverkas av att underentreprenörer används i större utsträckning av offentligt ägda bolag.

Offentligt ägda energibolag prissätter som grupp som privatägda energibolag

Vi har information om energibolagens prissättning på delmarknaden riktad till företag och organisationer. I en jämförelse av de *offentligt ägda energibolagens* prissättning och de *privatägda energibolagens* prissättning, på de lokala marknaderna i de kommuner där båda förekommer, finner vi att de offentligt ägda energibolagen i genomsnitt prissätter på ett motsvarande sätt som de privatägda energibolagen efter hänsyn till andra påverkande faktorer.⁸⁴

⁸⁴ Vid en direkt jämförelse av medelvärden utan hänsyn till geografiska faktorer är kommunalt ägda energibolags priser lägre än de privatägda energibolagens, men detta är högst troligt missvisande. Geografiska faktorer är viktiga på grund av antagandet om lokala marknader, vilket utgör skäl till att inkludera dessa faktorer i modellerna. Det finns 17 kommuner där offentligt ägda och privatägda energibolag installerar laddningspunkter i samma kommuner på delmarknaden.

4.1.4 Paketering av kunderbjudanden förekommer

Utifrån uppgifter om agerandet 2023 är det 8 energibolag som lämnar rabatter eller paketerar installation av laddningspunkter och andra tjänster hos energibolaget (eng. bundling). Fördelningen av bolag som lämnar rabatter eller paketerar är 6 av de 39 aktiva offentligt ägda energibolagen och 2 av de 8 aktiva privatägda energibolagen.⁸⁵ Följande rabatter eller paketerbjudanden är aktuella och respektive bolag har angett högst två av dessa:

- Rabatt på elhandel under en angiven period vid köp av laddbox.
- Paketerbjudande (rabatterat pris) för köp av laddbox i kombination med nytecknat elavtal med en viss bindningstid.
- Rabatt på icke-publik laddinfrastruktur och/eller installation vid nytecknande av elavtal.
- Vid köp av laddbox erbjuds kunden gratis laddel vid laddboxen under en angiven tidsperiod.
- Paketerbjudande (rabatterat pris) på försäljning och installation av solceller och icke-publik laddinfrastruktur.
- Vid köp av laddbox ges kunden rabatt på laddel vid bolagets publika laddningspunkter.
- Kampanjer och branschrabatter på installation av laddningspunkt.

De kommunalt ägda energibolagens försäljning av solceller och laddningspunkter

Paketering av installation av laddningspunkt och solceller tillämpades av enstaka energibolag 2023. För att få överblick genomförde Konkurrensverket en genomgång i juli 2024 som visar att minst 30 procent av de kommunalt ägda energibolagen säljer och installerar solceller (37 av 118). Av de kommunalt ägda energibolag som säljer installation av icke-publika laddningspunkter, erbjuder 60 procent också installation av solceller (26 av 43).⁸⁶

⁸⁵ 15 procent av de offentligt ägda och 25 procent av de privatägda.

⁸⁶ Utifrån Konkurrensverkets genomgång av de kommunalt ägda energibolagens webbplatser i juli 2024. Antalet aktiva bolag är inte direkt jämförbart med antalet som baseras på svar utifrån Konkurrensverkets åläggande 2023.

4.1.5 Marknadsandelar

Delmarknaden riktad till enskilda konsumenter näst intill fördubblades mellan 2021 och 2022. Både de offentligt och privat ägda energibolagen följde med i den utvecklingen. Totalt stod energibolagen (offentligt ägda och privatägda) för drygt 5 procent av installationerna på delmarknaden.⁸⁷ År 2021 stod offentligt ägda energibolag för totalt 3,2 procent och 2022 för 3,0 procent marknadsandel nationellt på delmarknaden riktad till enskilda konsumenter.⁸⁸ På delmarknaden riktad till företag och organisationer stod de offentligt ägda energibolagen för 5,2 procent marknadsandel nationellt 2021 och 4,6 procent år 2022. De privatägda energibolagen stod för 0,5 procent marknadsandel nationellt 2021 och 0,3 procent 2022 på delmarknaden till företag och organisationer.

Vi har begränsad information om vilka aktörer som representerar resterande 95 procent av försäljningen på delmarknaden riktad till enskilda konsumenter men resterande försäljning kan antas tillfalla enbart icke-offentliga aktörer. Eftersom denna analys syfte är att undersöka de offentligt ägda elbolagens agerande och de kommunalt ägda bolagens potentiella påverkan på marknaden är denna avsaknad av information om resterande aktörer inte ett hinder. Det innebär däremot vissa begränsningar för metoder och för vilka slutsatser som kan dras om delmarknaden riktad till enskilda konsumenter. På delmarknaden riktad till företag och organisationer har Konkurrensverket mer information om vilka aktörer som agerat på delmarknaden.

I majoriteten av kommunerna är de offentligt ägda energibolagens marknadsandelar på delmarknaderna låga, men i ett mindre antal av kommunerna är marknadsandelarna högre. I vissa kommuner överstiger de kommunalt ägda energibolagens marknadsandelar på delmarknaderna 50 procent, med en relativt stor kundbas.

4.1.6 Analys av första frågeställningen – offentligt ägda energibolag agerar i huvudsak som andra energibolag

Energibolag kan anses ha agerat likartat som helhet vad gäller offentligt och privat ägda energibolag. En större andel offentligt ägda energibolag är aktiva på marknaden för hemmaladdning jämfört med antalet privatägda energibolag, utan hänsyn till delmarknad. Flertalet offentligt ägda energibolag som tidigare installerat laddningspunkter hade gått ur marknaden 2024, vilket indikerar att de gjort en ny

⁸⁷ Andelen för varje kommunalt och statligt ägt energibolag har räknats fram genom att dividera det inrapporterade antalet installationer från Konkurrensverkets åläggande med det totala antalet installationer från Skatteverkets data om grön teknik.

⁸⁸ Motsvarande marknadsandel nationellt för de privatägda energibolagen var 1,6 procent 2021 och 2,4 procent 2022.

bedömning av marknaden för hemmaladdning. Vissa av de offentligt ägda energibolagen hade även hunnit gå ur marknaden vid tidpunkten för Konkurrensverkets åläggande.

Att en större andel offentligt ägda energibolag är aktiva på marknaden jämfört med privatägda energibolag kan tyda på att fler av dessa bolag uppfattar de drivkrafter som energibolagen uppger för att gå in på marknaden: efterfrågan från befintliga kunder, följt av affärsmöjlighet och energiomställning. I vissa fall är ägardirektiv skälet. Andelen av det totala antalet installationer nationellt på båda delmarknaderna var större för offentligt ägda energibolag än privatägda energibolag som grupper under 2021–2022. På nationell nivå har offentligt ägda energibolag ändå stått för en begränsad andel av installationerna av laddningspunkter.

De privatägda energibolagen som gått ur marknaden för hemmaladdning angav att det var på grund av dålig lönsamhet. De offentligt ägda angav att deras bidrag inte behövdes eller att andra gjorde jobbet bättre. Detta resonemang bör ses samlat med det vanligaste skälet att träda in på marknaden, att installationer *efterfrågas av befintliga kunder*. Dessa resultat kan indikera att offentligt ägda energibolag i större utsträckning än privatägda energibolag träder in på marknaden för hemmaladdning utifrån ett uppfattat allmänt intresse, eftersom det efterfrågas och inte för att det är lönsamt, men att de som gått ur marknaden ansett att försäljningen inte behöver vara en del av deras verksamhet.

Jämförelsen av prissättningen mellan offentligt och privat ägda *energibolag* på delmarknaden för företag och organisationer indikerar att de prissätter på ett likartat sätt. Vidare uppger offentligt och privat ägda energibolag att de erbjuder rabatter och paketering av installation av laddningspunkter tillsammans med andra tjänster hos bolaget. De offentligt ägda gör det i något lägre utsträckning än de privatägda energibolagen (2023) sett till andelen av bolagen, men det är fler offentligt ägda energibolag som rabatterar eller lämnar paketerbjudanden sett till antalet bolag.

4.2 Bedömning av antalet installationer på kommunnivå

För att beskriva läget på marknaden för hemmaladdning undersöker vi antalet laddningspunkter som har installerats i kommunerna. Antalet installationer drivs främst av antalet laddningsbara personbilar som finns i kommunen och om ägaren/användaren till fordonet har möjlighet att installera en laddningspunkt där bilen parkeras ofta. För att jämföra kommunerna kontrollerar vi därför beräkningarna med aspekter som väntas påverka antalet installationer. I metodbilagan presenteras detaljer gällande datahantering och modelluppställningar samt de antaganden vi gör (bilaga 5 och 6).

Resultaten i det här avsnittet presenteras i termer av närvaroeffekter på båda delmarknaderna för hemmaladdning. Detta är förenklat en jämförelse av antalet laddningspunkter i kommuner som under åren haft närvaro av aktiva kommunalt ägda energibolag och resterande kommuner.⁸⁹

4.2.1 Antalet laddningspunkter i kommuner med närvaro av kommunalt ägda energibolag på delmarknaden riktad till enskilda konsumenter

I kommuner som har närvaro av kommunalt ägda energibolag som installerat laddningspunkter, har det i genomsnitt installerats 11 procent fler laddningspunkter per invånare än i kommuner utan sådana bolag.

Kommuner med kommunalt ägda energibolag som har haft lokala marknadsandelar på minst 50 procent verkar dra upp genomsnittet. I de kommuner där de kommunalt ägda energibolagen har haft en marknadsandel på minst femtio procent finner vi att det i genomsnitt har installerats 24 procent fler laddningspunkter än i resterande kommuner beräknat per invånare.⁹⁰ Beräkningarna bygger på en uppdelning av kommunerna i intervall utifrån hur stor andel av installationerna som de kommunalt ägda energibolagen har stått för. Vi jämför dem i intervallet med resterande kommuner.

4.2.2 Antalet laddningspunkter i kommuner med närvaro av kommunalt ägda energibolag på delmarknaden riktad till företag och organisationer

Vi finner att det i genomsnitt har installerats 48 procent fler laddningspunkter per invånare i kommunerna som har haft närvaro av kommunalt ägda energibolag jämfört med resterande kommuner. Vi har tagit hänsyn till antalet installatörer som har genomfört installationerna på den lokala marknaden, det vill säga marknads-koncentrationen.

⁸⁹ Åren som undersöks är 2021–2022 för delmarknaden riktad till enskilda konsumenter och åren 2020–2023 för delmarknaden riktad till företag och organisationer. En kommun kategoriseras som en kommun med närvaro endast för de år som ett eller flera kommunalt ägda energibolag har installerat laddningspunkter i kommunen.

⁹⁰ Resterande kommuner innebär de kommuner som har haft minst 5 installerade laddningspunkter under året men ingen laddningspunkt har blivit installerad av kommunalt ägda energibolag, och de kommuner som hamnar utanför intervallet. Intervallen som jämförs är 0 till 25, 25 till 50 och 50 till 100 procent av installationerna. Vi finner ingen skillnad i antalet laddningspunkter som har installerats per invånare jämfört med resterande kommuner för intervallet 25 till 50 procent. För intervallet 0 till 25 procent finner vi att det i genomsnitt har installerats fler laddningspunkter per invånare än i resterande kommuner men att estimatet (9 procent) är lägre än det gemensamma estimatet på 11 procent. Detta tyder samlat på att det är gruppen inom intervallet 50 till 100 procent som höjer genomsnittet när samtliga kommuner med närvaro av kommunalt ägda energibolag undersöks.

I kommunerna med få aktörer – hög marknadskoncentration – har det installerats färre laddningspunkter per invånare än i kommunerna med många aktörer.⁹¹

4.2.3 Analys av andra frågeställningen – påverkan på marknaden av de kommunalt ägda energibolagens säljverksamhet, utifrån indikatorn antalet installationer

På delmarknaden riktad till enskilda konsumenter finner vi att det har installerats fler laddningspunkter per invånare i hela gruppen av kommuner med närvaro av kommunalt ägda energibolag jämfört med gruppen av kommuner utan sådana bolag. Kommunerna som har haft höga marknadsandelar för de kommunalt ägda energibolagen sticker ut mer än resterande kommuner, vad gäller antalet som har installerats.

På delmarknaden riktad till företag och organisationer har det också i genomsnitt installerats fler laddningspunkter per invånare i kommunerna med kommunalt ägda energibolag som installerar laddningspunkter, jämfört med i resterande kommuner.

För att ytterligare undersöka sambandet mellan antalet installationer och den lokala konkurrenssituationen tar vi hänsyn till marknadskoncentrationen i kommunerna, vilket visar att det har installerats färre laddningspunkter i kommunerna som har haft hög marknadskoncentration, på delmarknaden riktad till företag och organisationer. Det betyder också att det har installerats fler laddningspunkter i kommunerna som har haft låg marknadskoncentration, eller med andra ord i kommunerna som har haft hög konkurrens. Hög konkurrens leder, enligt ekonomisk teori, till lägre marginaler och högre utbud, vilket överensstämmer med resultaten för marknadskoncentration.⁹² För att detta resonemang ska stämma på delmarknaden riktad till företag och organisationer krävs det att det inte är höga inträdeshinder, vilket vi bedömer stämmer på marknaden för hemmaladdning.⁹³

Antalet installationer påverkas rimligtvis av andra faktorer än hur installatörerna agerar på marknaden. Vi kan inte säga mer om vilket som leder till vad, vilket gör att indikatorn inte visar påverkan av de kommunalt ägda energibolagen, utan endast hur deras närvaro samvarierar med antalet installerade laddningspunkter på de lokala marknaderna.

⁹¹ Data över delmarknaden möjliggör beräkningar av Herfindahl-Hirschman-Indexet (HHI) utifrån varje aktörs installationsandel i kommunen under ett givet år. HHI är ett mått på koncentration och går mellan 0 och 10 000. HHI beräknas som summan av alla aktörers kvadrerade marknadsandelar. Ett lågt HHI betyder att det finns många aktörer med relativt lika fördelade marknadsandelar. Ett högt HHI betyder att en eller ett fåtal aktörer har höga marknadsandelar och resterande aktörer har låga marknadsandelar. Ett HHI-värde på över 2 000 kan ses som en koncentrerad marknad och ett HHI på 10 000 innebär endast en aktör.

⁹² Den genomsnittliga prisnivån kontrolleras för i modellen.

⁹³ Och priset skiljer sig inte åt vid hög och låg marknadskoncentration.

4.3 Bedömning av prissättningen på marknaden

En viktig faktor att beakta för all offentlig säljverksamhet är prissättningen av varor och tjänster. Priser varierar av olika skäl, baserat på olika företags effektivitet och kostnadslägen. Andra förutsättningar för offentligt ägda bolag, som leder till lägre kostnadsnivåer eller avkastningskrav, kan medföra prisnivåer som stör förutsättningarna för effektiv konkurrens. En utgångspunkt för att analysera detta är att jämföra priser från den kommunala säljverksamheten med priser från resterande aktörer. Genom att analysera hur olika aktörer på marknaden prissatt på de lokala delmarknaderna får vi en indikator för pris.

Resultaten i det här avsnittet presenteras i termer av närvaroeffekter på delmarknaden riktad till enskilda konsumenter. Detta kan, något förenklat, ses som en jämförelse av priset i kommunerna med närvaro av kommunalt ägda energibolag under de undersökta åren och resterande kommuner.⁹⁴ På delmarknaden riktad till företag och organisationer finns mer detaljerad data, vilket tillåter en faktisk jämförelse av priset som kommunalt ägda energibolag har tagit ut jämfört med priset resterande aktörer har tagit ut, samtidigt som hänsyn tas till geografiska och samvarierande faktorer. Denna prisjämförelse är mer precis än beräkningarna av närvaroeffekter. I metodbilagan presenteras detaljer gällande datahantering och modelluppställningar samt de antaganden vi gör (bilaga 5 och 6).

4.3.1 Prissättningen på delmarknaden riktad till enskilda konsumenter

Vi finner att prisnivåerna inte har skilt sig åt mellan kommunerna med närvaro av kommunalt ägda energibolag som installerar laddningspunkter och kommunerna utan sådana bolag, efter att vi tagit hänsyn till samvarierande faktorer.⁹⁵ Priset har däremot varit i genomsnitt 9 procent lägre i de kommuner där kommunalt ägda energibolag har stått för minst 50 procent av de installerade laddningspunkterna under ett givet år, jämfört med priset i resterande kommuner.⁹⁶

Beräkningarna följer av att vi delar upp kommunerna i intervall utifrån hur stor andel av installationerna som de kommunalt ägda energibolagen har stått för under ett år, och jämför kommunerna i intervallet med resterande kommuner. Intervallen

⁹⁴ Åren som undersöks är 2021–2022 för delmarknaden riktad till enskilda konsumenter och åren 2020–2023 för delmarknaden riktad till företag och organisationer. En kommun kategoriseras som en kommun med närvaro endast för de år som ett eller flera kommunalt ägda energibolag har installerat laddningspunkter i kommunen.

⁹⁵ Utifrån det beräknade genomsnittliga priset per laddningspunkt.

⁹⁶ Detta är utan hänsyn till eventuella särskilda skäl till prissättningen och modellerna baseras på data över preliminär skattereduktion för grön teknik i kommunen per installation. Resterande kommuner innebär 144 kommuner år 2021 och 195 kommuner år 2022 på delmarknaden riktad till enskilda konsumenter.

som jämförs är 0 till 25, 25 till 50 och 50 till 100 procent av installationerna.⁹⁷ För intervallen 0 till 25 procent och 25 till 50 procent finner vi ingen skillnad i pris i de tillhörande kommunerna jämfört med alla resterande kommuner där det genomförts installationer under de undersökta åren. Antalet kommuner som hamnar inom intervallet 50 till 100 procent uppgår till 6 stycken för 2021 och 2 stycken för 2022.⁹⁸ I en majoritet av kommunerna där kommunalt ägda energibolag har utfört installationer har de stått för en liten andel av de totala installationerna, men i ett mindre antal kommuner har andelen varit högre, se tabell 1 i bilaga 5.

4.3.2 Prissättningen på delmarknaden riktad till företag och organisationer

På delmarknaden riktad till företag och organisationer har kommunalt ägda energibolag i genomsnitt tagit ut ett pris som var 7 procent högre än priset som resterande aktörer har tagit ut, räknat per installerad laddningspunkt. Sambandet går att ringa in till de kommunalt ägda energibolagen som har haft en marknadsandel upp till 25 procent inom kommunen under ett givet år. Som framgår av tabell 8 i bilaga 6 har majoriteten av de kommunalt ägda energibolagen haft en relativt liten marknadsandel på delmarknaden.⁹⁹ De kommunalt ägda energibolagen som haft en lokal marknadsandel på delmarknaden över 25 procent har i genomsnitt inte tagit ut ett pris som skilt sig från det pris som resterande aktörer har tagit ut.

4.3.3 Analys av andra frågeställningen – påverkan på marknaden av de kommunalt ägda energibolagens säljverksamhet, utifrån indikatorn pris

Våra resultat visar att priset i genomsnitt har varit 9 procent lägre i de kommuner där kommunalt ägda energibolag har haft en marknadsandel på minst 50 procent på delmarknaden riktad till enskilda konsumenter. Höga marknadsandelar på den delmarknaden kan vara ett resultat av lägre prissättning som kan störa konkurrensen. Generellt kan aktörer inte ta ut ett för högt pris på en fungerande marknad. Låga inträdeshinder och låg produktdifferentiering brukar innebära att andra aktörer då träder in på marknaden och erbjuder samma tjänst till ett lägre pris, genom mer effektiva lösningar. Låga inträdeshinder förknippas vidare med ett lägre

⁹⁷ Resterande kommuner innebär nu de kommuner som har haft minst 5 installerade laddningspunkter under året men ingen laddningspunkt har installerats av kommunalt ägda energibolag, kombinerat med de kommuner som hamnar utanför intervallet.

⁹⁸ Det finns fler kommuner där det kommunalt ägda energibolaget har haft en hög andel av installationerna, men endast observationer (kommun och årpar) från kommuner med närvaro av kommunalt ägda energibolag där det installerades ett minimum av 8 laddningspunkter i hela kommunen, från samtliga utförare, är med i beräkningarna.

⁹⁹ Men det finns ändå en relativt god spridning i data.

där enskilda aktörer inte har dominerande ställning.¹⁰⁰ När inträdeshindren är låga och produkten relativt homogen kan därför lägre prissättning vara en bidragande orsak till höga marknadsandelar.

På marknaden för hemmaladdning antar vi att inträdeshindren är relativt låga och att det finns incitament för installatörer att träda in så länge det finns en tillräckligt stor efterfrågan. Det är därför relevant att beakta pris men också kundbasen.¹⁰¹ Vidare kan installationer av laddningspunkter, särskilt på delmarknaden riktad till enskilda konsumenter, antas vara relativt homogena produkter.¹⁰² Detta betyder sammantaget att det kan finnas risk för att det förekommit låg prissättning som kan störa konkurrensen i kommuner där de kommunalt ägda energibolagen har haft höga marknadsandelar.

Som helhet har det genomsnittliga priset inte skilt sig åt mellan gruppen av kommuner där kommunalt ägda energibolag installerat laddningspunkter och gruppen av kommuner som sådana bolag inte har varit aktiva i.

Indikatorer på lägre prissättning som kan störa konkurrensen

- *En hög historisk andel av installationerna.* Vid låga inträdeshinder och låg produktdifferentiering kan höga marknadsandelar vara ett resultat av lägre prissättning som kan störa konkurrensen.
- *Priset är lägre och antalet laddningspunkter högre.* Generellt kan sägas att om priset på en vara sjunker så ökar i regel efterfrågan på varan, vilket applicerat på marknaden för hemmaladdning kan innebära att fler laddningspunkter installeras.

En hög historisk andel av installationerna kan vara en indikation på konkurrensproblem, men det kan också vara ett resultat av en lokalt låg efterfrågan. Är kundbasen liten, och således efterfrågan låg, medför det svaga incitamentet för konkurrenter att träda in på marknaden. Om det installeras fler laddningspunkter i kommuner med närvaro av kommunalt ägda energibolag kan det betyda att en brist på installatörer åtgärdas. Det kan också vara ett resultat av att olika faktorer samlat driver på antalet laddningsbara personbilar i kommunen. Vi har inte utrett drivkrafterna för att köpa en laddningsbar personbil i den här rapporten.

¹⁰⁰ Regler om missbruk av dominerande ställning finns i 2 kap. 7 § konkurrenslagen (2008:579).

¹⁰¹ Detta tas hänsyn till i de modeller som presenteras i denna rapport.

¹⁰² Det antas i den här rapporten att det i regel installeras en laddningspunkt per köpare på delmarknaden riktad till enskilda konsumenter. Vidare antas det att installationer av laddningspunkter ser relativt likvärdiga ut. Skillnader finns med hänsyn till tillval, laddningseffekt och ledningsinfrastruktur men dessa antas vara normalt fördelade i den underliggande populationen.

I kommunerna med kommunalt ägda energibolag utan högre marknadsandelar, på delmarknaden riktad till enskilda konsumenter, har priset i genomsnitt inte skilt sig från det i resterande kommuner. Detta tyder på att det högre antalet installerade laddningspunkter kan vara ett resultat av andra faktorer än priset.¹⁰³

På delmarknaden riktad till företag och organisationer har kommunalt ägda energibolag i genomsnitt tagit ut ett högre pris än resterande aktörer och det är bolagen med relativt sett lägre marknadsandelar som sticker ut. Vid övriga marknadsandelar har priset i genomsnitt inte skilt sig åt från resterande aktörer.

Resultaten skiljer sig mellan delmarknaderna och de går även i olika riktningar. På delmarknaden riktad till enskilda konsumenter tyder resultaten på att kommunalt ägda energibolag med *hög* marknadsandel tar ut *lägre* priser medan kommunalt ägda energibolag på delmarknaden riktad till företag och organisationer tar ut *högre* priser vid *låg* marknadsandel. Detta ger stöd till antagandet om två skilda delmarknader. Det är också i linje med ekonomisk teori om samband på normala marknader, där höga priser leder till låga marknadsandelar och låga priser leder till höga marknadsandelar.

Priserna per installerad laddningspunkt har skilt sig åt mellan delmarknaderna. Detta eftersom installationer till större kunder, så som till företag, ofta kan vara mer omfattande än installationer till mindre kunder, så som enskilda konsumenter. Exempelvis kan priset variera utifrån om befintlig nätanslutning kan nyttjas eller om grävkostnader tillkommer.

En annan aspekt att beakta är att delar av priset i vissa fall inte visar sig i det nominella priset, exempelvis vid indirekta rabatter eller paketering. Ges rabatt på andra tjänster, så som elhandel för hemmet eller laddel vid publika laddningspunkter, fångas inte detta i de underliggande data som vi använder för analysen. Dessa erbjudanden motsvarar indirekt ett lägre pris på installation av laddningspunkter.

För att koppla samman med den bild som framträder om hur antalet installationer varierar mellan kommunerna ser vi att ett högt antal installerade laddningspunkter tillsammans med hög marknadsandel, kombinerat med låg prissättning, kan vara en indikation på låg prissättning som kan störa konkurrensen. Detta samlade mönster finner vi inte på delmarknaden riktad till företag och organisationer i vår analys av de kommunalt ägda energibolagens påverkan på konkurrensen.

¹⁰³ En studie om den svenska marknaden för bilar med eldrift utifrån data 2010–2016 fann att utbyggnaden av publik laddinfrastruktur lokalt ökar andelen nyregistrerade elfordon. Egnér och Trosvik, "Electric vehicle adoption in Sweden and the impact of local policy instruments" (2018) *Energy Policy*, 121 s. 584–596, www.elsevier.com/locate/enpol.

4.4 Bedömning av antal installatörer på kommunnivå

Undersökningen av antalet installatörer gör vi för att bedöma om kommunalt ägda energibolags agerande kan ha påverkat drivkrafterna eller möjligheterna för privata aktörers inträde på marknaden.

Resultaten i det här avsnittet presenteras i termer av närvaroeffekter, vilket är en jämförelse av kommuner med kommunalt ägda energibolag som är aktiva på marknaden för hemmaladdning, och resterande kommuner, under olika år.

Eftersom ett behörigt elinstallationsföretag i praktiken kan agera på båda delmarknaderna, vilket redogörs för i avsnitt 2.3, är det av vikt att beakta det totala antalet elinstallationsföretag. I det här avsnittet undersöker vi därför samlat alla kommuner med energibolag som installerat laddningspunkter på en av, eller båda, delmarknaderna. För robusthet presenteras även resultat för endast delmarknaden riktad till företag och organisationer, vilka i analysdelen jämförs med resultaten från den samlade undersökningen av närvaroeffekter.¹⁰⁴

4.4.1 Det finns skillnader i antalet nytillkomna elinstallatörer per kommun

Vid jämförelse av de kommuner som någon gång haft närvaro av kommunalt ägda energibolag som installerat laddningspunkter med resterande kommuner utan sådana bolag ser vi skillnader. Det har tillkommit i genomsnitt 16 procent färre installatörer per invånare, som också fanns kvar på marknaden 2024, i kommuner som någon gång haft närvaro av kommunalt ägda energibolag som installerar laddningspunkter 2018–2023.¹⁰⁵ Resultatet är signifikanta för kommunalt ägda energibolags närvaroeffekt på båda delmarknaderna. Innan 2021 saknas data över de kommunalt ägda energibolagens agerande på marknaden för hemmaladdning. Det saknas även komplett data över antalet installerade laddningspunkter innan 2021. När vi avgränsar beräkningarna till endast 2021–2023, och tar hänsyn till antalet installerade laddningspunkter, uppdateras resultaten. I kommuner med närvaro av kommunalt ägda energibolag på någon av delmarknaderna tillkom det 14 procent färre installatörer per invånare än i resterande kommuner.¹⁰⁶

¹⁰⁴ Data över delmarknaden riktad till företag och organisationer möjliggör denna analys. Motsvarande data saknas på delmarknaden riktad till enskilda konsumenter.

¹⁰⁵ I registret finns inte data tillgänglig över antalet elinstallatörer som gått ur marknaden under åren 2017–2024.

¹⁰⁶ För åren 2021–2023 har vi dynamisk data över energibolagens in- och utträde. Detta möjliggör en mer träffsäker definition av närvaro. I modellerna som nyttjar data före 2021 definieras närvaro som om ett kommunalt ägt energibolag någon gång varit aktivt och installerat laddningspunkter i kommunen. I modellerna som avgränsas till åren efter 2021 definieras närvaro som om ett kommunalt ägt energibolag har varit aktivt i kommunen under det givna året. Det vill säga dessa modeller tar hänsyn till mer variation och blir därför mer träffsäkra.

När vi ser till hur många elinstallatörsföretag som fanns 2017 och förändringen sedan dess ser vi att det *totala antalet* installatörer per invånare i kommuner som någon gång haft närvaro av kommunalt ägda energibolag som installerar laddningspunkter inte skiljer sig från det totala antalet per invånare i resterande kommuner. Den här analysen skiljer sig från den i föregående stycke om inträdet av nya elinstallatörer som också finns kvar 2024. Sammantaget finns det en indikation på att dynamiken för inträde och utträde av installatörer är olika i kommuner med, respektive utan, kommunalt ägda energibolag som installerar laddningspunkter.¹⁰⁷

4.4.2 Antalet installatörer per kommuninvånare på delmarknaden riktad till företag och organisationer

De nyttillkomna elinstallatörerna behöver inte nödvändigtvis vara de som går in på marknaden för hemmaladdning. Det finns andra angränsande marknader som faller under samma behörighetskategori i Elsäkerhetsverkets register som den för hemmaladdning. Detta kan innebära att estimaten ovan inte nödvändigtvis är rättvisande för marknaden för hemmaladdning. Därför undersöker vi också delmarknaden riktad till företag och organisationer, där enskilda bolag går att följa. Detta undersöks för att se om antalet olika installatörer per invånare som installerat laddningspunkter i kommuner har skilt sig åt mellan kommuner med, respektive utan, närvaro av kommunalt ägda energibolag som installerat laddningspunkter, och om resultaten överensstämmer med resultaten från föregående avsnitt (5.4.1). På delmarknaden riktad till företag och organisationer finner vi ingen skillnad i antalet installatörer per invånare i kommuner med närvaro, respektive utan, för de undersökta åren. Detta överensstämmer med ovanstående resultat över det *totala antalet* elinstallatörer.

Ett ytterligare resultat som går att utläsa vad gäller delmarknaden riktad till företag och organisationer, är att antalet unika installatörer, beräknat per invånare, varierar starkt och positivt med antalet installerade laddningspunkter per invånare. Det tyder på att installatörer följer efterfrågan på installation av laddningspunkter. Med andra ord anlitas vid högre efterfrågan fler unika installatörer på delmarknaden riktade till företag och organisationer.

4.4.3 Analys av andra frågeställningen – påverkan på marknaden av de kommunalt ägda energibolagens säljverksamhet, utifrån indikatorn antalet installatörer

De behöriga installatörerna är spridda över hela landet och antalet överstiger dem som verkar på den aktuella marknaden för hemmaladdning, se avsnitt 4.2. När vi undersöker det *totala antalet* installatörer per invånare finner vi att antalet *inte* skilt

¹⁰⁷ Vi har inte någon uppgift om antalet installatörer som lämnat Elsäkerhetsverkets register över behöriga.

sig åt i kommunerna med närvaro av kommunalt ägda energibolag och resterande kommuner. Däremot finner vi att *inträdet* av nya installatörer varit *lägre* i kommunerna med närvaro jämfört med resterande kommuner. Även om det totala antalet installatörer inte skilt sig åt per kommun kan marknaden för hemmaladdning på längre sikt påverkas negativt. Risken uppstår om färre installatörer som är behöriga att utföra installation av laddningspunkter tillkommer i kommuner där kommunalt ägda energibolag är aktiva på marknaden för hemmaladdning.

Det är inte troligt att inträdet av installatörer till fullo är relaterat till om de kommunalt ägda energibolagen installerar laddningspunkter eller inte, eftersom installatörer kan agera på fler marknader än den för installation av laddningspunkter.

Beräkningarna över antalet unika installatörer per invånare, baserat på data över delmarknaden riktad till företag och organisationer, visar att antalet unika installatörer per invånare inte skilt sig åt mellan kommunerna med närvaro av kommunalt ägda bolag och kommunerna utan sådana bolag när hänsyn tas till antalet installerade laddningspunkter. Som vi såg i analysen av antalet installationer per kommun, avsnitt 5.2.2, installerades det i genomsnitt fler laddningspunkter per invånare i kommunerna med närvaro av kommunalt ägda aktörer som installerar laddningspunkter, på delmarknaden riktad till företag och organisationer. Resultatet i det här avsnittet visar att fler laddningspunkter också sammanfaller med fler installatörer, vilket indikerar att marknaden reagerat så som är normalt vid högre efterfrågan.

4.5 Kommunalrättsliga förutsättningar för kommunalt ägda bolag att gå in på marknaden för hemmaladdning

Diskussionen om möjlig påverkan av kommunalt ägda energibolags säljverksamhet på marknaden för hemmaladdning, har också berört frågan huruvida sådan verksamhet är kompetensenlig, det vill säga om det är sådan verksamhet som en kommun får ägna sig åt.¹⁰⁸

De olika möjligheterna för en kommun eller ett kommunalt ägt bolag att driva verksamhet inom hemmaladdning regleras på följande sätt:

- Specialreglering, genom ellagen (1997:857) som innehåller bestämmelser avseende elproduktion och försäljning av el,
- de allmänna kompetensreglerna i 2 kap. kommunallagen (2017:725) eller
- de särskilda undantag om anknytnings- respektive överskottskompetens som tillkommit i domstolspraxis.

¹⁰⁸ Kommunal kompetens redogörs för på ett utförligt sätt i Konkurrensverkets tidigare rapport om gymmarknaden, Konkurrensverket, *Konkurrensbegränsande offentlig säljverksamhet på gymmarknaden*, Rapport 2022:2, kap. 4.

I 7 kap. 1–2 §§ ellagen (1997:857) finns särskilda bestämmelser som omfattar kommunala bolag och som medger undantag från lokaliseringsprincipen och självkostnadsprincipen vid produktion och handel med el eller elnätsverksamhet, vilket innebär att verksamhet får bedrivas utanför den egna kommungränsen och att den ska drivas på affärsmässig grund. Undantagen gäller verksamhet i egen juridisk person och endast i två fall: *produktion och handel med el samt därmed sammanhängande verksamhet* eller *nätverksamhet*.

Den fråga som i denna studie blir aktuell utifrån ellagen är om kommunala energibolags verksamhet inom hemmaladdning, i detta sammanhang avses enbart elhandelsbolag¹⁰⁹, kan anses kompetensenlig genom att den utgör sådan *sammanhängande verksamhet* till *produktion eller handel med el* som avses i 7 kap. 1 § ellagen. I förarbeten anges att det med sammanhängande verksamhet avses exempelvis konsultverksamhet med inriktning på energihushållning och entreprenadverksamhet med anknytning till elproduktion.¹¹⁰

Av kommunallagens allmänna kompetensregler (2 kap. 1 § kommunallagen) följer att kommuner själva får ha hand om angelägenheter av allmänt intresse som har anknytning till kommunens område eller deras medlemmar. Vid bedömningen av om det föreligger ett allmänt kommunalt intresse ska enligt förarbetena hänsyn tas till om det är lämpligt, ändamålsenligt och skäligt att kommunen bedriver den aktuella verksamheten.¹¹¹

I doktrin¹¹² har förarbetena tolkats som att ett allmänt intresse normalt föreligger om verksamheten uppfyller följande.

- En kollektiv nytta vars behov bäst tillgodoses i kommunal regi.
- Investeringskostnaderna är höga och torde inte till fullo kunna bäras av brukarna.
- Något vinstintresse föreligger inte och möjligheterna att gå med vinst är begränsade.
- Privata initiativ och privata konkurrenser är få till antalet eller saknas helt.

¹⁰⁹ Elnätsbolag får enligt 3 kap. 12 § ellagen som huvudregel inte bedriva någon annan verksamhet än nätverksamhet.

¹¹⁰ Prop. 1996/97:136 s. 167.

¹¹¹ Prop. 1990/91:117 s. 148.

¹¹² Tobias Indén, *Kommunen som konkurrent*, s. 42–44.

Om ett allmänt intresse bedöms finnas är ytterligare en förutsättning för kommuner att få driva verksamhet att den inte krockar med någon av begränsningsprinciperna i kommunallagen. Vad gäller kommunal näringsverksamhet får sådan enligt 2 kap. 7 § kommunallagen endast drivas utan vinstsyfte och syfta till att tillhandahålla allmännyttiga anläggningar eller tjänster åt kommunmedlemmarna.

Kommunal verksamhet som i sig faller utanför den kommunala kompetensen kan tillåtas om den har en anknytning till en kompetensenlig verksamhet genom så kallad anknytningskompetens.¹¹³ För att undantag ska kunna medges krävs att det finns ett nära och naturligt samband med en kompetensenlig verksamhet, att den anknyttande verksamheten är av begränsad omfattning och att verksamheten ska drivas utan vinstsyfte. Det kan i sammanhanget konstateras att domstolarna, när det avsett mål om konkurrensbegränsande offentlig säljverksamhet, varit obenägna att göra en extensiv tolkning av kompetensreglerna avseende anknytningskompetens.¹¹⁴

Det ovanstående är en översiktlig redogörelse av de regler som bestämmer den kommunala kompetensen avseende hemmaladdning. Såvitt Konkurrensverket har kännedom om finns inte någon entydig praxis avseende kommuners kompetens att vara verksamma inom installation av laddningspunkter för hemmaladdning. En bedömning av om en verksamhet är förenlig med den kommunala kompetensen ska dessutom alltid göras utifrån den aktuella verksamheten och förutsättningarna i den enskilda kommunen. Det är således inte möjligt att uttala sig generellt om vad en kommun har kommunal kompetens att göra på området.

4.6 Ett fåtal kommuner har haft kommunalt ägda energibolag med högre lokala marknadsandelar

I 18 av 218 kommuner med aktiva energibolag på marknaden för hemmaladdning har de kommunalt ägda energibolagen haft en marknadsandel över 25 procent.¹¹⁵ Dessa kommuner är spridda över landet. Det finns ett flertal andra behöriga installationer i alla kommuner där dessa lokalt högre marknadsandelar förekommit. Allra minst i tätorterna i respektive kommun finns också erbjudanden från andra privata aktörer, inklusive nationellt aktiva energibolag. I 12 av dessa 18 kommuner är det

¹¹³ RÅ 1992 ref. 61 och RÅ 1980 Ab 497.

¹¹⁴ Se exempelvis MD 2015:12 Aktiebolaget Strömstads Badanstalt där ett kommunalt gym förvisso bedömdes ha anknytning till en kompetensenlig badanläggning men att verksamheten inte bedrevs i sådan begränsad omfattning att den kunde anses vara kompetensenlig med stöd av anknytningskompetens.

¹¹⁵ Åren 2021–2022 på delmarknaden riktad till enskilda konsumenter och 2021–2023 på marknaden riktad till företag och organisationer, sett till kommuner och år där det förekommit över 8 installationer/laddningspunkter, med fokus på dem som fortfarande var aktiva 2024 (en kommun faller därför bort och en tillkommer).

kommunen själv som äger energibolaget som är aktivt i kommunen.¹¹⁶ För dessa energibolag har vi följt upp hur de själva beskrivit sitt agerande.

Tabell 3 visar att kommunalt ägda energibolag var aktiva i 11 olika kommuner, med hög marknadsandel (över 25 procent), minst ett av åren 2021–2022, på respektive delmarknad. Tabellen visar också att i 4 kommuner (av 18) gäller det på båda delmarknaderna.¹¹⁷

Tabell 3 Antal kommuner med kommunalt ägda aktörer som har hög marknadsandel på delmarknaderna för enskilda konsumenter respektive företag och organisationer

Delmarknad	Antal kommuner där kommunalt ägda aktörer haft över 25 % marknadsandel 2021 och/eller 2022	Antal kommuner där kommunalt ägda energibolag haft över 25 % marknadsandel på båda delmarknaderna 2021 och/eller 2022
Delmarknaden riktad till enskilda konsumenter	11 ¹¹⁸	4
Delmarknaden riktad till företag och organisationer	11	

Källa: Konkurrensverkets beräkning utifrån data från Konkurrensverkets åläggande och data från Naturvårdsverket och Skatteverket 2024.

4.6.1 Affärsmodell för verksamheterna

Bland energibolagen som har över 25 och upp till 50 procent marknadsandel på sin hemmamarknad är affärsmodellen på marknaden för hemmaladdning *egen regi* i vissa fall och *anlitande av underentreprenörer* i andra. *Egen regi* är vanligast bland energibolag som har minst 50 procent marknadsandel per delmarknad något av åren 2021–2022 på hemmamarknaden. Utöver dessa affärsmodeller har tre kommuner helt eller delvis använt en *samarbetspartner* (som i stället för energibolaget står för avtalet mot kunden).

Av de fyra kommunalt ägda energibolagen som haft hög marknadsandel på båda delmarknaderna installerar två av dem laddningspunkter i *egen regi*, ett genom *anlitande av underentreprenörer* och ett av dem på båda dessa sätt.

¹¹⁶ Åren 2021–2022 var det 18 kommuner. En kommun är inte längre del av gruppen med aktiva kommunalt ägda energibolag på marknaden för hemmaladdning och en annan kommun har tillkommit 2023.

¹¹⁷ 11 kommuner på en delmarknad och 4 som är samma på den andra delmarknaden ger 11+4, det vill säga 7 tillkommande på den andra delmarknaden, vilket totalt blir 18 kommuner.

¹¹⁸ Beräkningen utgår från kommuner där det förekom minst 8 installationer per år under de aktuella åren.

Målgrupp och marknadsföring

Energibolagen i gruppen med över 25 procent marknadsandel vänder sig liksom andra energibolag oftast till enskilda konsumenter, större fastighetsägare, befintliga kunder och övriga konsumenter, men ett energibolag riktar sig främst till enskilda och ett annat till större fastighetsägare, och ett anger att de installerar främst till befintliga kunder.¹¹⁹ Dessa bolag anger vidare *tillit eller förtroende för bolaget* som den vanligaste konkurrensfördelen. Ett av bolagen med minst 50 procent marknadsandel något av åren anger också *pris* och *smarta tjänster* som konkurrensfördel.

Bland de kommunalt ägda energibolagen med över 25 procent av försäljningen på båda delmarknaderna återfinns de enda två bolag som angett att de lämnar rabatt på elhandel vid installation av laddningspunkt, och det enda bolag som erbjuder gratis laddel vid laddningspunkten under en angiven tidsperiod, samt ett av två bolag som lämnar rabatt på laddel vid bolagets publika laddningspunkter.

Antalet kommunalt ägda energibolag med hög marknadsandel är inte bestående över tid på de båda delmarknaderna. Antalet kommuner med energibolag med hög marknadsandel minskade från 2021 till 2022, vilket innebär att dessa bolags relativa andel av installationerna sjönk, men inte nödvändigtvis att antalet installerade laddningspunkter minskade, eftersom marknaden expanderade mellan de aktuella åren. I tabell 4 ser vi att antalet kommuner där kommunalt ägda energibolag haft en minskande marknadsandel är fler än de som haft en ökande marknadsandel.

Tabell 4 **Antal kommuner där marknadsandelen för kommunalt ägda energibolag ökat respektive minskat mellan åren**

Delmarknad	Antal kommuner där marknadsandel minskat mellan åren	Antal kommuner där marknadsandel ökat mellan åren
Enskilda konsumenter (2021–2022)	113	41
Företag och organisationer (2020–2023)	60	31

Källa: Konkurrensverkets beräkning utifrån data från Konkurrensverkets åläggande och data från Naturvårdsverket och Skatteverket 2024.

4.6.2 Jämförelse med marknaden för publik laddning

I Konkurrensverkets rapport om marknaden för publik laddinfrastruktur lyfts indikationer på vissa konkurrenshämmande beteenden på kommunal nivå. Ett beteende som lyfts är kommuner som gynnar sin egen säljverksamhet. Bedömningen var att det finns starka indikationer på att kommuner gynnar den egna säljverksamheten, genom att inte upplåta mark till externa aktörer som vill etablera

¹¹⁹ Här utgår vi från de kommunalt ägda energibolagen som agerar i den egna kommunen (12 bolag) och svar från de 11 bolag som i någon utsträckning agerar i egen regi eller genom underentreprenörer.

publik laddinfrastruktur samtidigt som kommunen möjliggör för kommunala aktörer att etablera.

Den tidigare rapporten mynnade bland annat ut i att det finns en grupp kommuner där det finns indikationer om gynnande av egen säljverksamhet. Vi ser att det i vissa kommuner är offentligt ägda bolag som agerar både på marknaden för publik laddinfrastruktur och marknaden för hemmaladdning. Gruppen av kommuner där det finns indikationer på gynnande av sin egen säljverksamhet för publik laddinfrastruktur överlappar med 75 procent (9 av 12) av kommunerna där det egna kommunalt ägda bolaget har över 25 procents marknadsandel på någon av delmarknaderna för hemmaladdning.

4.6.3 Analys av andra frågeställningen – kommunalt ägda energibolag med större säljverksamhet på marknaden för hemmaladdning

Som vi redogjort för i föregående avsnitt anger de offentligt ägda energibolagen med över 25 procents marknadsandel *tillit och förtroende för företaget* som den främsta konkurrensaspekten för sin verksamhet på marknaden för hemmaladdning. Bolagen har också befintliga kunder som målgrupp och vissa knyter rabatter på installationen till nytecknande av elhandelsavtal. Dessa uppgifter ger en ögonblicksbild som ändras över tid, eftersom marknaden utvecklas och företagsmixen lokalt är föränderlig. Installationen är en begränsad affär, men elförsäljning till en ny kund blir en potentiell långsiktig inkomstkälla för ett energibolag. Installationen av laddningspunkt blir därmed ett tillfälle att skaffa nya elkunder för bolagen, medan kunden kan antas optimera sin kostnad för installationen.

Det förekommer kommunalt ägda energibolag som säljer installation av laddningspunkter på båda delmarknaderna och även om erbjudanden kan se olika ut till olika målgrupper är en jämförelse relevant. Utifrån data om de båda delmarknaderna ser vi att två kommunalt ägda energibolag tillämpar rabatter på elhandel vid installation av laddningspunkt, och gratis laddel vid laddningspunkten under en angiven tidsperiod eller rabatt på laddel vid bolagets publika laddningspunkter samtidigt som de har en hög lokal andel av affärerna på båda delmarknaderna något av de aktuella åren vi undersökt. Som vi lyft tidigare innebär rabatter på andra tjänster i samband med installationen av laddningspunkter för hemmaladdning ett indirekt lägre pris på installationen, vilket riskerar att utgöra en låg prissättning som kan störa konkurrensen. Detta kan leda till undanträngningseffekter som skadar drivkrafterna för nya företag att gå in på marknaden.

Den upplevda konkurrensen från offentliga aktörer är begränsad enligt de privata energibolagen. Detta kan sättas i relation till att de flesta energibolagen agerar lokalt och att detta inte är deras huvudsakliga verksamhet (upp till 5 procent av omsättningen). Nationellt aktiva aktörer installerar oftare färre laddningspunkter per kommun som de är aktiva i, vilket gör att offentligt och privat ägda energibolag

sällan agerar på samma lokala marknad i någon större utsträckning. Likväl som att en del kommunalt ägda energibolag gått ur marknaden för hemmaladdning, så har också marknadsandelarna ändrats över tid, i de flesta fall nedåt.

5 Bilagor

Bilaga 1–8 finns i en separat pdf-fil, *Bilaga 1–8 – Konkurrensen från offentliga aktörer på marknaden för hemmaladdning*.



Ringvägen 100
118 60 Stockholm
08-700 16 00
konkurrensverket@kkv.se

www.konkurrensverket.se