

HVA VIL ET KRAV OM MERKEVARESKILLE KOSTE?

Berit Tennbakk, Malin Wikum og Håvard Sandaa Karlsen

Agenda

NVE vurderer å innføre et krav om merkevareskille

Merkevareendring kan deles i tre trinn

Erfaringer fra 11 selskaper i bransjen er kartlagt gjennom intervjuer

Minimumskostnaden for bransjen er beregnet til 63 MNOK



Agenda

NVE vurderer å innføre et krav om merkevareskille

Merkevareendring kan deles i tre trinn

Erfaringer fra 11 selskaper i bransjen er kartlagt gjennom intervjuer

Minimumskostnaden for bransjen er beregnet til 63 MNOK



Kostnadsvurdering av krav om endring av merkevare

Agenda

- Hvordan har vi gått fram for å beregne kostnader?
- Hva mener bransjen?
- Presentasjon av bransjekostnader
- Mulige nyttevirkninger



Agenda

NVE vurderer å innføre et krav om merkevareskille

Merkevareendring kan deles i tre trinn

Erfaringer fra 11 selskaper i bransjen er kartlagt gjennom intervjuer

Minimumskostnaden for bransjen er beregnet til 63 MNOK



Merkevare har en egenverdi

- Hva er en merkevare?
- Hvordan endrer man en merkevare?



Proessen med å endre merkevare kan deles i tre trinn

TRINN 1	Navneutvikling og merkevarestrategi
TRINN 2	Utvikling av visuell identitet
TRINN 3	Implementere visuell identitet

Kostnadene av å endre merkevare varierer med typen selskap og størrelse

- Nettselskap vs. kraftleverandør
- Store vs. små selskap



Agenda

NVE vurderer å innføre et krav om merkevareskille

Merkevareendring kan deles i tre trinn

Erfaringer fra 11 selskaper i bransjen er kartlagt gjennom intervjuer

Minimumskostnaden for bransjen er beregnet til 63 MNOK



Intervjuede selskaper



Tidsaspekt: For selskapene vi har snakket med har prosessen tatt fra rundt 6. mnd. til ett år

- Det bør settes en passende tidsfrist, minimum ett år
- Fristen bør samspille med fristen for selskapsmessig skille

Bestemme selv: Selskapene er opptatt av at de selv må vurdere om det er kraftleverandør eller nettselskap som skal endre merkevare.

Uenig: Noen mener krav om merkevareskille vil være positivt for sluttbrukermarkedet, mens andre mener det vil ha marginal betydning

Agenda

NVE vurderer å innføre et krav om merkevareskille

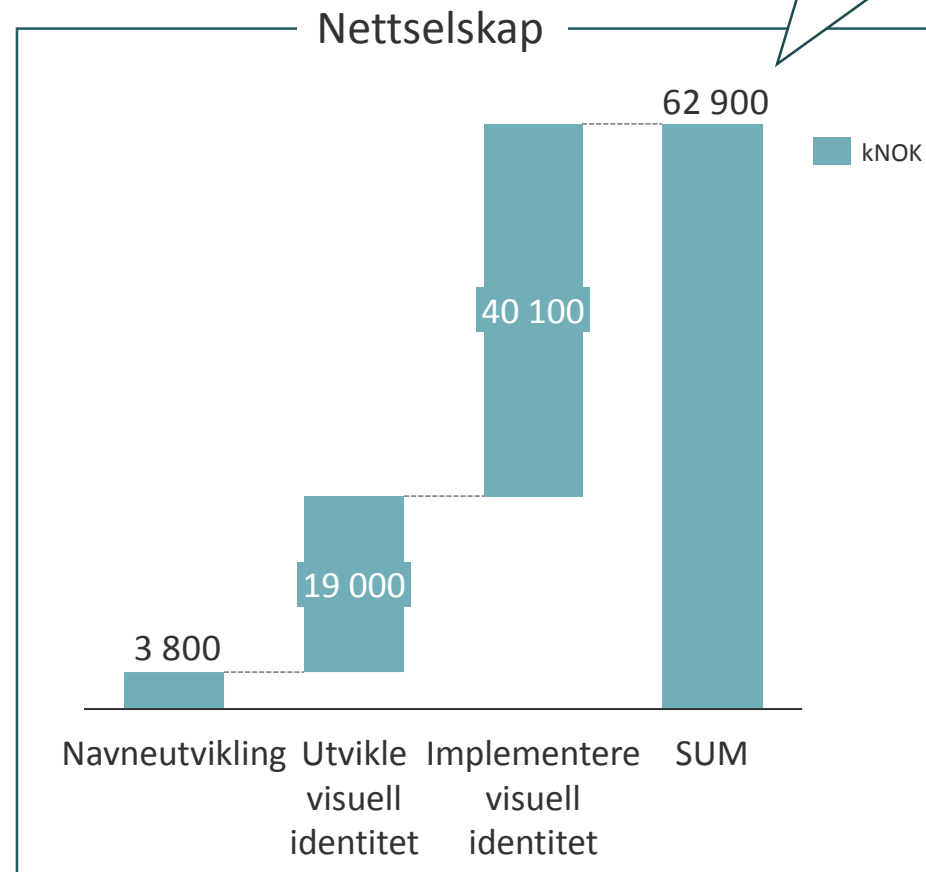
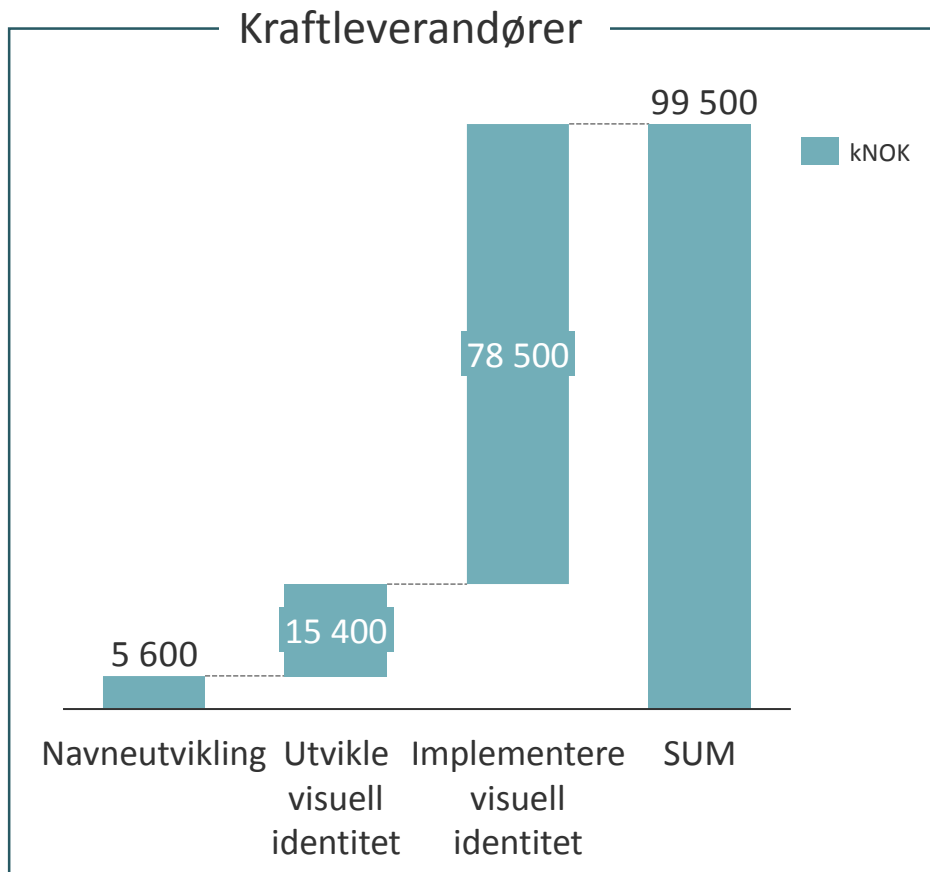
Merkevareendring kan deles i tre trinn

Erfaringer fra 11 selskaper i bransjen er kartlagt gjennom intervjuer

Minimumskostnaden for bransjen er beregnet til 63 MNOK

Bransjekostnaden er lavere dersom nettselskapene endrer merkevare

Minimumsnivå på total bransjekostnad er beregnet til 63 MNOK



Forvirring blant forbrukerne og felles markedsføring begrenser konkurransen i dagens sluttbrukermarked for strøm

Effektiv konkurranse i sluttbrukermarkedet vil fremme kostnadseffektivitet, innovasjon og effektive priser. **Aktive forbrukere og fravær av markedsrett på tilbudssiden** er nødvendig for at konkurransen skal være effektiv.



Hva er problemet med lik merkevare?

1

Kraftleverandører som inngår i vertikalt integrerte selskaper kan dra nytte av nettselskapets markedsføring. Dette kan skape etableringsbarrierer.

2

Forbrukerne har problemer med å skille mellom nettselskaper og kraftleverandører, noe som er nødvendig for at de skal kunne vite at de kan bytte kraftleverandør men ikke nettselskap

Beregningene våre viser altså at det vil være dyrere dersom kraftleverandørene skal endre merkevare, fordi de konkurrerer med hverandre, men av samme årsak kan også nytten være høyere.



THEMA
CONSULTING GROUP