

Verslag Marktconsultatie

Slim laden voor iedereen

Opdrachtgever:	NAL- werkgroep Smart Charging
Marktconsultatie uitgevoerd door:	APPM Management Consultants
Verslag marktconsultatie opgesteld door:	APPM Management Consultants

Inhoudsopgave

Inleiding	3
Opbrengst gesprekken	4
Huidige markt slim laden	4
Doel, nut en noodzaak nationaal programma	4
Perspectief gebruiker	4
Ruimte voor ondernemerschap	4
Instrumenten voor stimuleren opschaling	5
Laadzekerheid	6
Wijkvriendelijk laden	6
Drempels slim laden	6
Financiële prikkel: nut en noodzaak	7
Subsidieregeling	7

Inleiding

Marktconsultatie programma Slim laden voor iedereen

De NAL-werkgroep Smart Charging is initiator van het programma slim laden voor iedereen en heeft voor de opbouw van het programma een marktconsultatie georganiseerd. Het doel van deze marktconsultatie is om (1) een reflectie van Aanbieders te verkrijgen op de contouren van het Programmaplan Slim laden voor iedereen en (2) om het mogelijk instrumentarium voor de opschaling van slim laden te onderzoeken, waaronder de mogelijkheid van een financieel-economische prikkel. Aanbieders zijn uitgenodigd om, naast reflectie op het voorlopige Programmaplan, een alternatieve aanpak aan te dragen.

De NAL heeft op 11 maart 2022 de marktconsultatie gepubliceerd met de daarbij behorende documenten. Aanbieders konden zich tot 1 april aanmelden voor deze marktconsultatie door het Aanmeld- en vragenformulier ingevuld op te sturen. In totaal hebben negen Aanbieders gereageerd op de marktconsultatie. Onder deze Aanbieders was een brede mix aan type Aanbieders o.a. CPO's, eMSP's, gebruikersvertegenwoordigers en slim laden dienstverleners. Op basis van de gegeven input zijn partijen uitgenodigd voor een verdiepend één-op-één gesprek.

Doel van dit document

Dit verslag beschrijft op hoofdlijnen en geanonimiseerd de resultaten van de marktconsultatie. De basis van dit verslag zijn de schriftelijke reacties en de verdiepende gesprekken. Het doel van dit verslag is om een samenhangend en gebalanceerd beeld te geven van de reflecties die Aanbieders hebben gegeven. De opbrengst is per thema samengevat en wordt benut voor de verdere ontwikkeling van het programma Slim laden voor iedereen.

Opbrengst gesprekken

Huidige markt slim laden

De markt voor slim laden staat nog in de kinderschoenen. Er wordt nog volop geëxperimenteerd in technieken en proposities. Hoewel de meeste Aanbieders op dit moment al slimme laaddiensten aanbieden is de omvang hiervan nog beperkt. De waarde in flex wordt breed erkent maar verschillende drempels weerhouden Aanbieders er nu van om deze waarde ook te ontsluiten. Dit maakt dat slim laden op dit moment (nog) niet grootschalig wordt toegepast. Meerdere Aanbieders investeren op dit moment in slim laden om tijdig gesteld te staan voor een opschaling waarvan ze verwachten dat die de komende jaren gaat komen. Ze onderzoeken hierbij verschillende proposities. Aanbieders verwachten deze waarde te ontsluiten door in te spelen op dynamische energieprijzen, het aanbieden van slimme laaddiensten en door in te spelen op de onbalansmarkten.

Doel, nut en noodzaak nationaal programma

Aanbieders zijn het erover eens dat de opschaling van slim laden hoe dan ook plaats gaat vinden en de markt zich gaat ontwikkelen. Tegelijkertijd menen zij, met oog op de groei van het aantal EV's, dat een impuls aan de opschaling van de markt nodig en gewenst is om te zorgen dat er tijdig een breed en aantrekkelijk aanbod van slimme laaddiensten is. Een nationaal programma kan volgens hen bijdragen aan een versnelde groei van de markt richting een volgend volwassenheidsniveau.

Aanbieders zijn blij met het ambitieuze doel, dat in veel gevallen aansluit bij de doelen van de partijen zelf. Dit spreekt ook aan, omdat zij aangeven dat initiatieven vanuit de NAL, waaronder dit programma, voor hen een richtinggevende functie hebben. Het ambitieuze doel onderstreept de noodzaak en urgentie van slim laden. Hierbij is wel aangegeven dat de doelstelling in de huidige formulering mogelijk te ambitieus is, kijkend naar het huidige aanbod van slimme laaddiensten en de korte termijn waarin de doelstelling behaald dient te worden. Er is de suggestie om de doelstelling aan te passen naar '70% van de laadsessies bij bestemmingsladen is slim in 2025'.

Over de (vorm van de) in te zetten instrumenten lopen de beelden deels uiteen. Er is in elk geval behoefte aan een programma dat duidelijkheid schept en randvoorwaarden invult, noodzakelijk zijn om de waarde van flex te ontsluiten. Het is volgens Aanbieders logisch om een programma op te zetten voor maatregelen van tijdelijke aard. Zij geven aan dat tot 2025 passend is.

Perspectief gebruiker

Het programma zet gebruikers centraal. Aanbieders geven aan dat dit volledig in lijn is met het uitgangspunt van de Aanbieders zelf. Zij ontwikkelen 'user centric' proposities waarbij de eisen en wensen vanuit de gebruiker centraal staan. Het is Aanbieders er alles aan gelegen om het perspectief van de gebruiker voorop te zetten om zo de adoptie bij gebruikers te vergroten en om negatieve publiciteit te voorkomen wanneer slimme laaddiensten niet succesvol zijn.

Ruimte voor ondernemerschap

In lijn met het programma, geven Aanbieders aan dat er geen stimulering dient te zijn voor specifieke technieken, partijen, proposities, of markten waarmee de waarde van flex wordt ontsloten. De uitgangspunten van het programma die stellen geen onderscheid te maken in type Aanbieders en

technologie agnostisch te zijn, zijn positief ontvangen. Het is aan Aanbieders om invulling te geven aan hun propositie en diensteverlening. Zij hebben namelijk de knowhow, kennis en technologie om passende slimme laaddiensten aan te bieden.

Instrumenten voor stimuleren opschaling

In het programma-ontwerp zijn verschillende typen instrumenten genoemd als mogelijkheid voor de stimulering van opschaling. Per instrument is hieronder een beknopte reflectie vanuit de markt gegeven.

Toegankelijke basisinformatie

Gebruikers zien slim laden vaak als complex en onduidelijk. Het aanbieden van algemene, toegankelijke basisinformatie aan Gebruikers gaat helpen in de adoptie van slim laden. Het is daarbij van belang dat de informatie feitelijk en begrijpelijk is en Aanbieders de ruimte laat voor de marketing van hun eigen proposities.

Actieve communicatie en PR

Het programma kan indirect bijdragen aan een positieve beeldvorming bij en gedragsbeïnvloeding van potentiële gebruikers gericht op slim laden. De gebruiker komt tijdens zijn/haar koop- en adoptieproces in contact met diverse partijen in het ecosysteem. Het programma kan deze partijen faciliteren door het actief delen van a) generieke, feitelijke en leesbare content; b) inzichten omtrent gedrag en beleving van (potentiële) gebruikers en c) inzichten over productieve communicatieframes. Daarnaast kan het programma het algemeen publieke discours helpen beïnvloeden door de inzet van ambassadeurs voor (slim) laden. Grootschalige, expliciete marketing en/of PR doen Aanbieders graag zelf.

Een gegeven suggestie is de introductie van een (NAL-)keurmerk voor slim laden proposities dat kan helpen in het creëren van vertrouwen bij gebruikers. Daarbij kan het keurmerk bestaan uit verschillende niveaus die aangeven hoe 'slim' de aangeboden dienst is.

Afspraken en/of normering laadaanbod

Om de uniformiteit en daarmee gebruikersgemak te waarborgen helpt het wanneer enkele aspecten van het laadaanbod via nationale afspraken of normering worden geborgd. Dat voorkomt een wildgroei aan verschillende vormen van slim laden waarbij gebruikers niet goed begrijpen hoe het werkt en hoe zij de diensten gebruiken. Daarbij is het wel van belang een goede balans te vinden tussen de benodigde uniformiteit en ruimte te bieden voor Aanbieders om een unieke propositie te ontwikkelen. Zie verder de paragrafen 'Laadzekerheid' en 'Wijkvriendelijk laden'.

Wegnemen drempels

Diverse drempels weerhouden Aanbieders er nu van om de waarde in flex volledig te ontsluiten en slim laden verder op te schalen. Het wegnemen van (een deel) van deze drempels zou enorm helpen. Aanbieders hebben begrip voor het feit dat een deel van deze drempels niet via dit programma en voor het jaar 2025 kan worden weggenomen. Zie verder de paragraaf 'Drempels slim laden'.

Financieel-economische prikkel

Aanbieders verschillen van mening over de vraag of een financiële stimulans nodig is om Slim laden op te schalen. Hierbij is onderscheid te maken tussen private en publieke laadpunten. Zie verder de paragraaf 'Financiële prikkel: nut en noodzaak'.

Aanbieders zijn het er wel over eens dat bij eventuele inzet van dit instrument de grondslag van een vergoeding een afgenomen slimme laadsessie dient te zijn. Dit stimuleert een toename van gebruik en draagt daarmee bij aan opschaling van de markt. Het is aan Aanbieders zelf om eventuele

verrekening richting de Gebruiker in te richten. De voorgestelde maximale vergoeding van € 1,50 per slimme laadsessie biedt voldoende prikkel om opschaling van slim laden op korte termijn te stimuleren. Zie verder de paragraaf 'Subsidieregeling'.

Laadzekerheid

Laadzekerheid vs. speelruimte Aanbieders

Aanbieders staan begripvol tot positief tegenover de intentie om laadzekerheid voor Gebruikers te borgen via afspraken en normering. Maar: hoe meer laadzekerheid voor de Gebruiker, hoe minder speelruimte er in principe overblijft voor Aanbieders voor slim laden. Alsnog geven Aanbieders aan te willen en moeten denken vanuit het belang van de Gebruikers en zien ze het voordeel als Gebruikers weten waar ze aan toe zijn, onafhankelijk van de Aanbieder. Nationale eisen rond laadzekerheid beperken wel enigszins de ruimte voor Aanbieders om met unieke en onderscheidende proposities te komen op dit thema.

Range anxiety

Een aantal Aanbieders geeft aan dat de angst voor een niet volgeladen batterij vooral bij Gebruikers leeft vóórdat ze de stap naar elektrisch rijden maken. Die angst is tegenwoordig veelal verdwenen is als ze eenmaal EV-rijder zijn en in de praktijk hebben ervaren dat ze met de omvang van hun accu en het huidige laadnetwerk prima uit de voeten kunnen.

Laadzekerheid op basis van energiehoeveelheid

Het programma wil energiehoeveelheid nemen als grootheid voor laadzekerheid. Daarmee wijkt het programma af van de tot nog toe veelal gehanteerde grootheid laadsnelheid. Aanbieders zijn hier enthousiast over aangezien dit meer speelruimte voor slim laden biedt en tegelijkertijd het belang van de Gebruiker dient. Energiehoeveelheid is bovendien een grootheid die goed naar een propositie te vertalen is.

Wijkvriendelijk laden

Aanbieders zien in dat wijkvriendelijk laden onderdeel dient te zijn van slim laden. Er zijn verschillende pilots opgestart om invulling te geven aan wijkvriendelijk laden en daarmee rekening te houden met de grenzen van het energiesysteem. Aanbieders geven hierbij wel aan dat, voordat geëist kan worden dat dit onderdeel is van het laadaanbod, netbeheerders meer moeten te doen om dit te faciliteren (bv. delen wijkprofielen). Er is behoefte aan een duidelijker standpunt, rolname en beweging op dit vlak vanuit de netbeheerders.

Enkele Aanbieders hebben daarbij wel aangegeven dat de implementatie van het wijkvriendelijk laden meer tijd vraagt dan de overige onderdelen. Het helpt Aanbieders als de mogelijkheid er is om wijkvriendelijk laden later te introduceren en te starten met het bewuster laden.

Drempels slim laden

Tijdens de marktconsultatie zijn er verschillende drempels benoemd. Deze drempels weerhouden Aanbieders ervan de waarde van flex (volledig) te ontsluiten. Dit remt daarmee de opschaling van de brede uitrol van slim laden. Een aantal van de benoemde drempels zijn:

- Mogelijk maken van een tweede allocatiepunt. Dit vraagt wel een tweede meter wat de business case vermoeilijkt;

- De slimme meter allocatie in Nederland is nog erg laag (enkele procenten). Men werkt nog veel met standaard profielen bij de allocatie. Zo lang dit niet met real-time data gebeurd is het vrijwel onmogelijk om in te spelen op onbalans en daarmee de waarde van flex te ontsluiten.
- De drempel van de onbalansmarkt verlagen zodat meerdere spelers hierin kunnen acteren;
- Het risico bestaat dat er verschillende partijen gaan sturen op dezelfde laadsessie, wat onbalans veroorzaakt. Het dient duidelijk te zijn welke partij stuurt op de laadsessie door dit door te geven aan de balanshandhaver.
- HBE's mogelijk maken bij thuisladers;
- Het mogelijk maken om actuele duurzaamheidsdata te gebruiken bij het bepalen van HBE's. Hierdoor zijn er meer HBE's mogelijk dan nu aangezien er CBS data van 2 jaar terug wordt gebruikt. Dit brengt mogelijk wel meer verantwoording met zich mee.
- De congestieproblematiek omzetten in een financiële prikkel zodat hier waarde ontstaat;
- het is niet vanzelfsprekend is dat Aanbieders van slim laden toegang hebben tot het (actuele) energieverbruik van een huishouden bij een private laadpaal. Dit is wel noodzakelijk om te sturen op de laadsessie zodat de totale capaciteit van een huishouden onder de grenswaarde blijft van 5, 8 of 11 kW.
- Technische beperkingen houden ontwikkelingen tegen. Zo schakelen bijna alle auto's de laadsessie automatisch af wanneer de laadsnelheid onder de 6 Ampère komt. Dit maakt het niet mogelijk om de laadsnelheid te 'stoppen' wanneer de energieprijzen hoog is of er netcongestie ontstaat;

Financiële prikkel: nut en noodzaak

De bijdrage in de opstartkosten, zoals is voorgesteld in het programma ziet een deel van de Aanbieders als een mooi gebaar maar valt in het niet bij de benodigde investeringen. Het weghalen van deze bijdrage weerhoudt deze Aanbieders niet om mee te doen aan de regeling. Er blijft wat hen betreft een ondernemersrisico bij de deelname aan het programma. Het hiermee bespaarde budget kan wat hen betreft worden ingezet om meer slimme laadsessies te vergoeden.

Publiek: Vanwege een 'right to play' is er een breed beeld dat een financiële stimulering bij publieke laadpaal niet leidt tot versnelling. Concessies bieden voldoende ruimte om te sturen/normeren, mede door de al bestaande basisregels voor slim laden, waardoor een aanvullende prijsprikkel niet nodig is. Een aantal concessies biedt mogelijk al ruimte om de eisen van het laadaanbod hierin op te nemen. Bij nieuwe concessies kunnen de eisen aan het laadaanbod opgenomen worden.

Privaat: Voor private laadpalen is er geen eenduidig beeld bij Aanbieders of een financiële stimulering nodig is. Sommige Aanbieders geven aan dat de waarde voor flex zo groot is dat het belangrijker is de drempels weg te nemen dan financieel slim laden te stimuleren. Dit in tegenstelling tot andere partijen die aangeven dat een financiële stimulans op korte termijn wel degelijk helpt in het ontwikkelen van een propositie met een valide business case – wat volgens hen nu de bottleneck is - en daarmee bijdraagt aan tijdige opschaling.

Subsidieregeling

Ontwerp: systematiek en voorwaarden toekenning

Sommige Aanbieders uiten hun zorg over de opzet van de tender systematiek. Het risico hierbij is dat 'the winner takes all' en dat kleinere, innovatievere bedrijven kansloos zijn. Dit komt door de beoordeling op het aantal slimme laadsessies wat Aanbieders indienen. Kleinere partijen kunnen qua omvang in aantallen niet mee met de grotere partijen. Een genoemd voorstel is om het

beoordelingscriteria op aantallen los te laten waarbij elke slim laadsessie die voldoet aan de gestelde criteria recht geeft op de vastgestelde vergoeding.

Een overweging die is ingebracht is het uitbreiden van de scope van alleen personenauto's naar ook elektrische vrachtwagens en bussen. Dit segment heeft veel toegepaste flex potentie. Stimulering hierin zorgt voor een solide propositie die mogelijk ook uit te breiden is in het buitenland.

Aanbieders geven aan dat het lastig is om vooraf goed in te schatten hoeveel slimme laadsessies een marktpartij zal kunnen realiseren. Dit is namelijk mede afhankelijk door:

- Gunning van concessies/contracten (bepalend voor de omvang van het aanbod).
- Schommelingen in de energieprijzen;
- De hoeveelheid flex die beschikbaar is;
- Hoeveel netcongestie er ontstaat;

Hierdoor is het moeilijk om aan de voorwaarde te voldoen waarbij is gesteld dat een Aanbieder jaarlijks ten minste 50% van het opgegeven aantal Slimme laadsessies realiseert.

Ontwerp – eisen aan slimme laadsessie en vergoeding

Het merendeel van de Aanbieders begrijpt de grenswaarde van 4 uur rond de definitie van bestemmingsladen en zien dit niet als een belemmering. Het risico dat bij de start van de laadsessie er nog niet 100% zekerheid is of een laadsessie daadwerkelijk langer dan 4 uur gaat duren wordt door de meesten van hen niet als een groot risico gezien.

Enkele aanbieders zouden graag zien dat ook kortere laadsessies, bij bijvoorbeeld de supermarkt of sportschool, onder de definitie van bestemmingsladen vallen. Het argument hierbij is dat meerdere kortere sessie, bij een groot volume ook veel flex potentie heeft. De grenswaarde van 4 uur is volgens hen vanuit één gebruiker een logische keuze maar op grotere schaal is de flex potentie met laadsessies korter dan 4 uur wel interessant.

Implementatie

Een voorgestelde oplossing voor het meten en verantwoorden is dat partijen na toekenning van de subsidieregeling een dataset openbaar maken. Een externe partij analyseert deze data en concludeert of de marktpartij voldoet aan de gestelde voorwaarden. Een mogelijkheid hierin is om dit uit te voeren op basis van (geaggregeerde) laadprofielen. Door een audit-right voor het programma af te geven kunnen de specifieke laadsessies gevalideerd worden.

Verschillende laadsessies worden aangestuurd middels modulatie (aan- of uitschakelen van een laadsessie). De manier van meten is van belang om te bepalen of een laadsessie de effectief gemiddelde laadsnelheid van 5 kW overschrijdt. Een meting over 15 minuten of over een uur kan hierin een groot verschil maken en meer ruimte geven voor Aanbieders.

Een onderscheid maken voor publieke laadpunten tussen 'vaste' gebruikers en gastgebruikers wordt gezien als te complex voor in de praktijk. Een laadpaal beschikt niet over een beeldscherm en er is weinig ruimte beschikbaar voor tekst en uitleg. Een fysieke aanpassing op alle laadpalen is erg duur en tijdrovend. Dit maakt het voor nu niet mogelijk een sluitende business case te maken en een aanbod te doen voor gastverbruikers. Voor een eMSP is dit aanzienlijk makkelijker aangezien zij direct klantcontact hebben.

Dit is een uitgave van Nationale Agenda Laadinfrastructuur
www.agendalaadinfrastructuur.nl/

9 mei 2022