

A young girl with dark hair, wearing a bright blue t-shirt and large, orange-rimmed sunglasses, is looking upwards with a smile. The background is a bright, sunny outdoor setting with a clear blue sky and a field of tall grass or reeds. The overall mood is positive and energetic.

*De consument kiest  
zelf, grip op eigen  
energiedata!*

# HelloData een service van MPARE

MPARE faciliteert standaardisatie van energiedata.

Maatschappelijk doel: versnellen energietransitie.

HelloData: maatschappelijke standaard voor het veilig delen van energiedata.

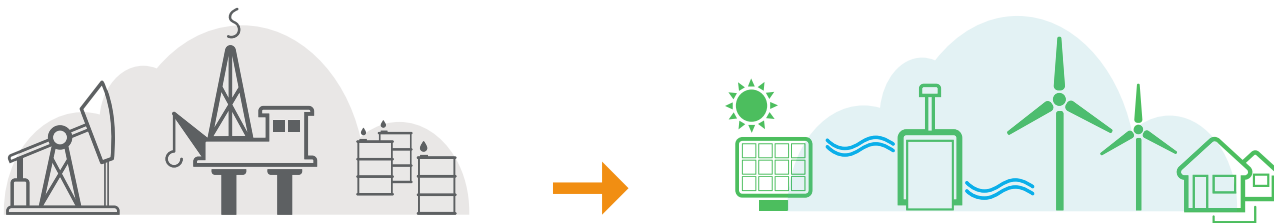
Helpt derden om slimme apparatuur, diensten en apps voor de consumentenmarkt te ontwikkelen.

Dochteronderneming van Alliander.

---

## Er ontstaat een wereld waarin:

- duurzame energievoorziening van levensbelang is
- verhouding vraag en aanbod verandert door decentrale energievoorziening
- energieconsumptie verandert door nieuwe apparaten in/rondom huis
- energiedata essentieel is voor voorspelbare energievoorziening
- de consument onafhankelijk kan kiezen voor energiediensten en -producten
- de consument inzicht in en controle over data heeft
- de consument controle over privacy heeft



## Een paar belangrijke vragen zijn ...

- Hoe zorgen we er voor dat we de CO2 uitstoot onder 'controle' krijgen en
  - Hoe zorgen we er voor dat we onafhankelijk(er) worden van eindige fossiele brandstoffen
-

Ons antwoord?

# TECHNOLOGIE

---

Onze uitdaging (één van de ...)?

# de Consument

---

# De Consument

- Als we van centraal naar lokaal gaan, praten we over 7 miljoen lokale huishoudens. In Europa over meer dan 200 miljoen.
  - De energietransitieapparaten – warmtepompen, zonnepanelen, elektrische auto's en opslag – zijn (straks) van grote invloed op de netbalans.
  - En de consument?
    - ... ziet energie als low interest product
    - ... is in Nederland en Europa niet betrokken bij de digitalisering van de netten
    - ... ziet verduurzaming als iets voor 'als we geld over hebben'
    - ... is meer op comfort gericht dan op (eenmalige) besparingen op energie
    - ... is maximaal en met enorm veel inspanning (tijdelijk) te motiveren
-



Maar waarom dan  
deze presentatie?

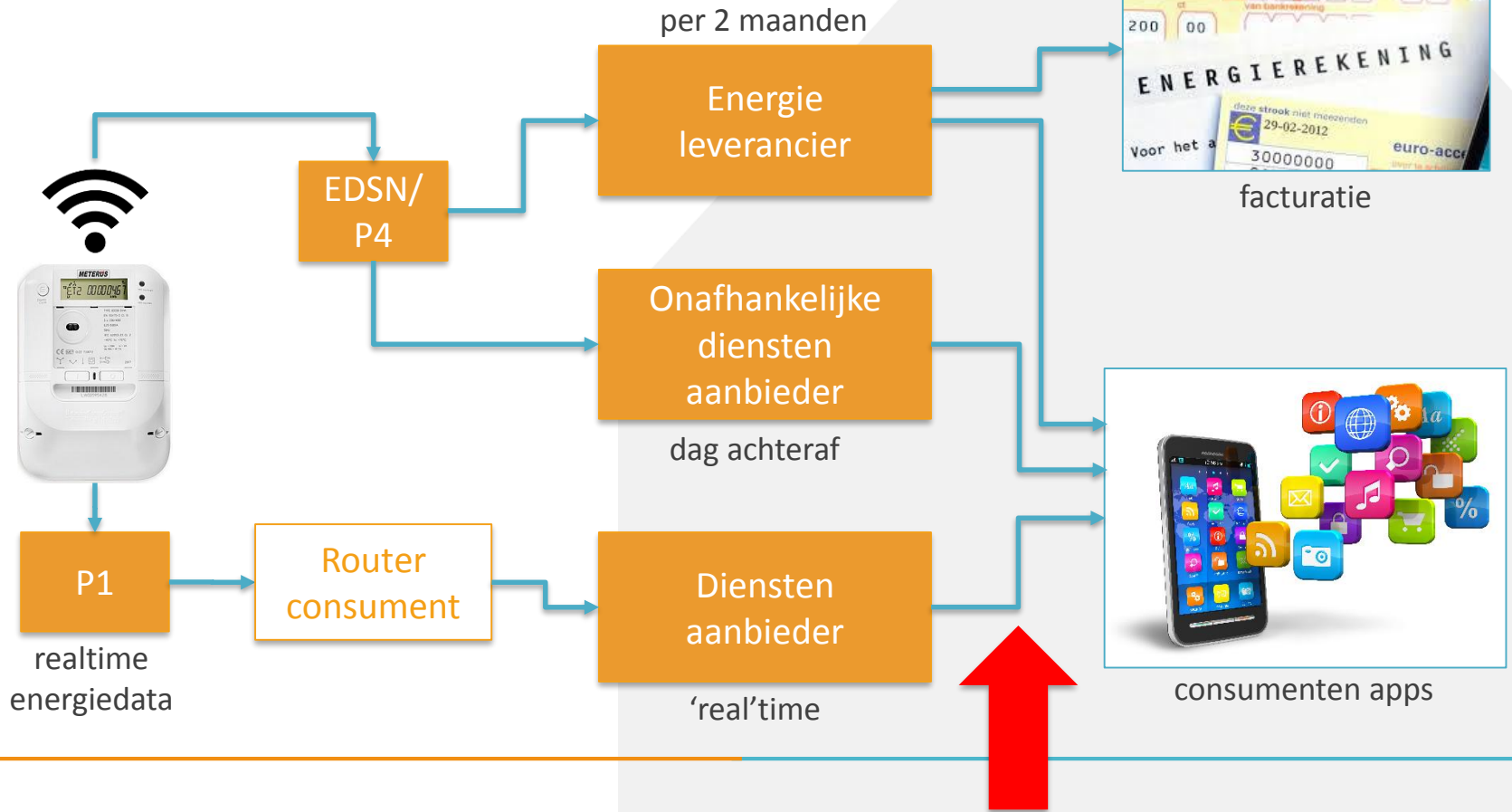
Hoezo 'De  
consument kiest  
zelf, grip op eigen  
energiedata'?



# Uit pure noodzaak

- Iedereen krijgt ermee te maken.
  - De urgentie wordt voelbaar vanaf 2020 – 2023, nu beginnen.
  - Op Europees niveau (ook binnenkort rapport NL slimme meter) is succes slimme meter nodig voor energietransitie.
  - Invoering van variabele prijzen en demand response raakt Internet of Things (IoT) ontwikkeling.
  
  - Urgentie nu:
    - Investerings in net voorkomen in tijdvak 2020 – 2030.
    - Consumenten betrekken bij thematiek energietransitie (kost gemiddeld 10 jaar).
    - Besparingsdoelstellingen: gedrag consument bepaalt veel (energie paradox).
    - Respect voor de positie, privacy en keuzevrijheid van consument (Big Data).
-

# Hoe zit het in elkaar



## De ervaringen tot nu toe ...

- Betrokkenheid consumenten in Europa (en Nederland) is laag. Technologische aanpak werkt niet bij consumenten.
  - Initiatieven op 'P1 poort' in Nederland zijn 'te duur' ([www.energieverbruiksmanagers.nl](http://www.energieverbruiksmanagers.nl)), worden nauwelijks toegepast of worden met veel marketingkosten gepusht (bv. Toon).
  - Energiedata heeft waarde: inkoop termijnmarkten, monitoring verduurzaming (bv. Stroomversnelling), monitoring lokale grids (bijv. Kop van Java).
  - Privacy van consumenten is in het gedrang: geen invloed op datastromen (welke data, gebruik, duur), geen keuzevrijheid / lock-in producten & diensten.
  - Dienstenontwikkeling buiten energiesector blijft achter (verzekeraars, banken, telecom).
-

# Wat is er nodig?

- **Goedkope** manieren om energiedata uit te lezen (devices / IoT).
- Grote **volumes** in beschikbare datastromen – kortom: uitrol van P1 en P4 volgend op slimme meter uitrol.
- Respect voor de **privacy**, ontwikkeling betrokkenheid en **keuzevrijheid** van consument.
- Ontwikkeling van **creatieve diensten** die onder **controle** van consument liggen.

Voorbeelden:

- Besparingsadvies op ‘inefficiënte’ apparaten door Media Markt.
  - Korting op verzekering bij inzicht in je energieverbruik.
  - Inzicht in gezondheid van zelfstandige ouderen bij afwijkingen in energiegebruik.
  - ...
  - ...
-

# HelloData



## Consument in control:

De consument wil inzicht in zijn energieverbruik en kiest daarbij zelf met welke apparatuur en apps.



## Volume goedkope devices:

Met een HelloData account heeft de eindgebruiker controle over zijn eigen energiedata.



## Privacy en keuzevrijheid:

HelloData vertaalt data van apparatuur (zoals energiedata en gegevens uit domotica), naar één open standaard voor apps: de HelloData standaard.



## Creatieve diensten:

Serviceproviders zoals energieleveranciers en appbouwers kunnen gebruik maken van het open HelloData protocol.

# HelloData als platform

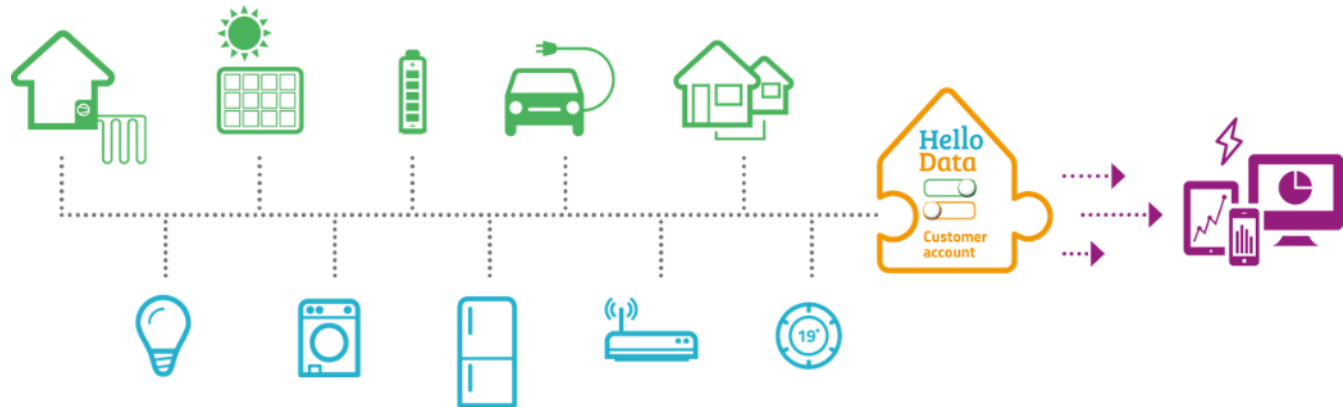
- Bruikbaar voor iedereen
- Focus op Open Source – eigendom platform samenleving
- Standaard platform voor iedereen
- Consument op de plek die hem toekomt

## Voorbeeld

- een energie-app van een energieleverancier,
  - gekozen en geautoriseerd door een consument via HelloData
  - maakt gebruik van energie-informatie vanuit de slimme meter (en andere sensoren)
-

# HelloData in de energietransitie

- Consumenten betrekken, respecteren en keuze geven
- Lock-in voorkomen: iedereen meedoen!
- Volume creëren parallel aan slimme meter uitrol (grote uitdaging)
- Creatieve diensten ontwikkelen zonder investering in de infrastructuur
- Business model is gebaseerd op maatschappelijke kosten (besparing van €1 miljard euro per jaar)



# HelloData animatie





# Van theorie naar praktijk

- Standaardisatie van datastromen stimuleert innovatie
- Effectieve combinaties van zuinig, duurzaam en betaalbaar

## Voorbeelden

- Wasmachines reageren op de laagste energieprijs
  - Tv's die zichzelf uitschakelen
  - Sensoren die reageren op binnenklimaat
  - Batterijen die zelf tot opslag overgaan
  - Auto's laden uitsluitend met duurzame energie
-

Hans Ottens | [hans.ottens@mpare.net](mailto:hans.ottens@mpare.net)



**Dichterbij je gegevens**



[www.hellodata.org](http://www.hellodata.org)



@HelloData | @devhellodata



<https://www.linkedin.com/company/hellodata-dichterbij-je-gegevens>



[info@hellodata.org](mailto:info@hellodata.org)



Stationsplein 14 | 6811 KG Arnhem  
The Netherlands