



duurzaamplus.nl

zelfstandig, onafhankelijk en ter zake

Vandebbron's win-win-businessmodel maakt duurzame energie goedkoper

Door Désirée Crommelin, 02/06/2015



VANDEBRON'S WIN-WIN-BUSINESSMODEL MAAKT DUURZAME ENERGIE GOEDKOPER DAN BIJ GEVESTIGDE ENERGIEBEDRIJVEN.

“Goed voor de producent, consument, onze planeet en voor ons. Boeren, burgers en bedrijven kunnen hun zelf-opgewekte windenergie en overcapaciteit aan zonne-energie via ons Zonnecollectief rechtstreeks aan de consument te verkopen.” Hester Janssens, accountmanager Energieproducenten, Chiel van Leeuwen, manager Zonnecollectief leggen uit hoe.

Vandebbron's win-win-businessmodel

De online marktplaats voor duurzame energie Vandebbron doorbreekt met haar innovatieve win-win-businessmodel de oneigenlijke vanzelfsprekendheid dat duurzaam duur is. Integendeel zo blijkt. “Wij bieden op het gebied van duurzame energie een win-winsituatie voor alle betrokkenen: voor de producent, consument, onze planeet en voor ons, Vandebbron. Bij ons geen langlopende wurgcontracten, geen

tussenhandelaar, geen opcenten op je verbruik of salderen in jouw nadeel, maar openheid over waar je energie vandaan komt en waar je geld heen gaat.” Volgens de website krijgt bijvoorbeeld een producent van windenergie tien tot twintig procent meer voor zijn energie als hij die via deze energiemarktplaats rechtstreeks aan de consument verkoopt dan wanneer hij deze aan grote energiebedrijven levert. Ook biedt Vandebron boeren, burgers en bedrijven die meer zonne-energie op hun dak produceren dan zelf verbruiken, die overcapaciteit via haar Zonnecollectief rechtstreeks aan de consument te verkopen.

“Ons businessmodel is gebaseerd op het abonnement dat de klant betaalt en niet op de opcenten op zijn verbruik.”

Sjoemelstroom

De drie jonge oprichters en nu eigenaar van Vandebron BV – vroegen zich een paar jaar geleden af: Is het niet raar, dat uit een consumentenonderzoek blijkt dat 63 procent van de Nederlanders denkt groene stroom te hebben? Cijfers uit de markt daarentegen laten zien dat dat maar vier tot tien procent is. Deze kloof tussen werkelijkheid en beleving is het resultaat van het feit dat de elektriciteitsindustrie zo complex is gemaakt, dat daar niemand meer weet waar zijn stroom vandaan komt en waar zijn geld heengaat. De energiebedrijven niet en dus hun klanten al helemaal niet! Openheid en inzicht ontbreken volgens Chiel van Leeuwen, manager Zonnecollectief tot op de dag van vandaag. “De consument denkt: Als ik groene stroom op papier koop, dan zal dat ook wel zo zijn. Maar dat is niet zo. Veel van die stroom komt uit steenkool, dus is grijze energie waarop een certificaatje geplakt wordt, dat ergens in Scandinavië is gekocht. “Dat noemen wij sjoemelstroom.” Door geen inzicht te geven in de herkomst van zijn aankoop misleiden energiebedrijven hun klanten en tonen zo weinig respect voor diens wensen en portemonnee.“ Daar komt steeds meer verzet tegen. De consument voelt zich niet gehoord door de grote marktspelers. “Je ziet deze kanteling in bewustwording steeds meer in de markt of het nu bij de banken, zorgverzekeraars, pensioenfondsen, voedselindustrie of energieleveranciers is. Mensen willen weten waarvoor ze betalen, waar hun geld naar toe gaat en waaraan het besteed wordt”, analyseert Hester Janssens, accountmanager Energieproducenten bij Vandebron deze nieuwe trend in consumentengedrag.

Onze missie

“We krijgen meer waar(de) voor ons geld met deze duurzaam opgewekte stroom. Wij zijn verantwoord bezig als ondernemer en consument. Met minder fijnstof- en CO2-uitstoot dragen wij bij aan schonere lucht – dus aan gezondheid en welzijn in onze dagelijks leefomgeving en aan minder vervuiling van onze planeet en die van onze kinderen.”

Marktplaats duurzame energie

Energiemarktplaats Vandebron noemt zich uitdrukkelijk een energiedienstverlener. ‘Wij zijn geen energieproducent of -bedrijf met belangen in een brede portofolio van energiebronnen met onbekende en niet duurzame herkomst. Wij zijn een online marktplaats voor duurzame, kleinschalige energie waar producent en consument elkaar

ontmoeten en waarvoor wij de financiële administratie verzorgen. Ook bezitten wij de vergunning om die energie te leveren aan huishoudens.” Op de site van Vandebron – de naam zegt het al – kan de consument bij de bron, de producenten – boeren met windmolens – het aanbod aan energie vergelijken op prijs en omgeving. Het is net als bij het boodschappen doen op de markt of in een winkel, je loopt langs kramen en schappen en maakt je keuze. “Op marktplaats Vandebron heeft iedere producent een gezicht, een identiteit en dus zijn merk,” beschrijft Van Leeuwen de waarde van het directe contact tussen producent en consument. Op de site streeft Vandebron in zijn rekenmodellen naar transparantie en openheid over waar je energie vandaan komt en waar je geld naar toe gaat? “We geven zelfs eerlijk aan dat, als je echt het goedkoopste uit wilt zijn, je ieder jaar van energieleverancier moet wisselen” vult Janssens lachend aan.

Vandebron

Na nog maar een klein jaar op markt staat de teller bij Vandebron op ruim 30.000 klanten. Het aantal medewerkers van de energiemarktplaats groeide in die tijd van zes naar zesendertig, zodat het bedrijf uit zijn kantoor barst. Binnenkort betreft het een tweede etage in het statige pand aan de Herengracht in Amsterdam.

Innovatief businessmodel

Met haar innovatieve businessmodel speelt Vandebron in op deze maatschappelijke ontwikkelingen waar de consument zich afvraagt: Waar besteed ik mijn geld aan? Waar kan ik bijvoorbeeld schone energie kopen? “Voor onze generatie is duurzaamheid vanzelfsprekend, niet langer onderscheidend. We zoeken korte lijnen, meer erkenning van onze wensen, herkennen ons meer in lokale en kleinschalige initiatieven en willen zelf de macht hebben te bepalen waar ons geld wel of niet heen gaat. Vanuit die wensen, direct geënt op onze eigen behoeften, ontstond de idee van deze marktplaats waar je je energieproducent kan ontmoeten en uitzoeken.”

Goedkoper

Duurzaam heet duur te zijn. Dus werd het een uitdaging voor de oprichters om het businessmodel zo te ontwerpen, dat het product aantrekkelijk geprijsd is en zelfs lager ligt dan de gangbare prijs van gevestigde marktpartijen. En dat is hen gelukt. Leidraad in het verdienmodel is dat Vandebron zijn inkomsten krijgt uit het abonnement, dat de klant betaalt om de energie te krijgen. Op de rekening van de consument staat naast deze abonnementskosten en de wettelijke CO₂-toeslag zijn gas- en energieverbruik. “Omdat het nog niet mogelijk is om op landelijke schaal groen gas aan te bieden, leveren we aardgas met CO₂-compensatie van de Gold Standard. Dit is het strengste keurmerk op gebied van klimaatcompensatie.” Janssens benadrukt dat het bedrijf geen winst maakt op het energiegebruik van de consument zoals de traditionele energiebedrijven dat doen met hun marges. “Hoe geloofwaardig zijn zij dan met hun oproep tot energiebesparing aan klanten, als hun verdienmodel juist op die marges gebaseerd is? Wij doorbreken nu deze tegenstrijdige vanzelfsprekendheden, die de consument door de jaren heen had te accepteren.”

“Wij hebben geen enkel belang bij jouw verbruik. Zonder die marges kunnen we zelfs goedkoper leveren en meer betalen aan de producenten.”

Zonnecollectief

Het nieuwste initiatief van Vandebron is het Zonnecollectief. Boeren, burgers en bedrijven die meer zonne-energie op hun dak produceren dan zelf verbruiken, kunnen die overcapaciteit via het Zonnecollectief rechtstreeks aan de consument te verkopen. “Er is al een bedrijf dat zijn overcapaciteit aan zonne-energie aan zijn medewerkers verkoopt. Die kunnen nu trots op de werkvloer of in de kantine zeggen: “Ik krijg energie van de baas.” Het Zonnecollectief bundelt de overproductie van alle daken die schone energie produceren en verkoopt deze energie als één collectief. “Jouw overproductie wordt aan het Zonnecollectief voor 10,5 cent per kWh verkocht. De huishoudens die energie van het Zonnecollectief kopen, betalen de terugleververgoeding, waar Vandebron geen marge op maakt, zoals andere energiebedrijven wel doen. Omdat het kWh-tarief bij het Zonnecollectief iets hoger ligt dan bij gangbare producenten, rekent de consument maar de helft van de vastrechtkosten af. Dat betekent dat met een verbruik onder de 1650 kWh per jaar je voordeliger uit bent bij het Zonnecollectief”, rekent haar manager voor.

“Ik krijg energie van de baas”

Enthousiasme

Janssens en Van Leeuwen geven direct toe dat faciliteren meer is dan de financiële administratie, websitebeheer etc. Zij gaan op zoek naar producenten van wind en zonne-energie en wellicht in de toekomst van energie uit vergisting. Het aanbod is groot. Windboeren beseffen steeds meer de waarde van hun energie en gaan op zoek naar een duurzame deal na het aflopen van hun contract met gevestigde marktpartijen. Zij willen niet langer zo’n wurgcontract met gefixeerde prijzen; zij willen hun verhaal over hun molen en steeds meer ook over hun dak of vergister – aan de klant vertellen. De Vandebron-website geeft hen die gelegenheid. Janssens zoekt producenten op, die zich melden en onderhoudt het contact met hen. “We krijgen veel enthousiaste en ook opgeluchte verhalen over deze voor hun nieuwe vrijheid. De boeren gaan nu voor hun molen letterlijk de boer op en zoeken hun klanten zelf op een lokale markt, evenement of bij een lezing. Dat levert ons veel mond-op-mondreclame op. We hebben plannen voor een Producentendag, waar producenten hun ervaringen op technisch gebied, in- en verkoop etc. kunnen delen. Als ware een *community* bouwen, want zij en wij vinden elke dag weer iets nieuws uit op een markt met nog te veel vanzelfsprekende en gevestigde belangen.”

“Duurzame energie is voor ons allemaal goed, leuk en het levert geld op.”

Bewuste energieke stap

Dat enthousiasme proeft je ook bij de straatverkopers die je op boeren- en biologische markten tegenkomt, stoer gekleed in blauwe overall en boeren zakdoek. Deze verklede 'stadjers' zijn veelal studenten Future Planet Studies of Aardwetenschappen aan de plaatselijke universiteit of hogeschool. Zij weten waar ze over praten en acquireren zelfs onder medestudenten. "Pas geleden wist een van hen met een lezing over Vandebron zelfs een grote groep kandidaten voor de straatverkoop te werven", vertelt Lennart Drost, salesmanager die ook even aanschuift. "De directe manier van contact hoort bij Vandebron. We hebben het geprobeerd met externe bureaus, maar die misten net die toon." Ervoor staan, ervoor gaan, erin geloven. Deze woorden gaan steeds over de picknicktafel, die als 'rookhol' fungeert in de goot tussen twee monumentale gevels. Daar in de lentezon, omdat er geen plaats meer voor ons was op de kantoorvloer, spreken Janssens, Van Leeuwen en Drost over hun drijfveer om te werken binnen deze platte organisatie. "Met verschillende studies of het nu Delft, geschiedenis, economie, marketing, communicatie is en met werkervaring bij banken, energieleveranciers of gemeenten, krijgt je hier de ruimte om te leren. Als je maar wilt ondernemen!" Er is volgens cijfers van Vandebron nu al genoeg groene stroom voor 900.000 huishoudens. Het bedrijf wil dat als onafhankelijke energiedienstverlener zo veel mogelijk vermeerderen en laat zich daarbij zeker niet leiden door de politieke slogan *2020 20 procent duurzame energie*. "Dat is eigenlijk zo'n laffe doelstelling. Iedereen is gefixeerd op die getallen, niet waar we naar toe gaan en hoe we dat moeten doen. Moeten we als Nederland nu trots zijn dat we boven Malta onderaan de EU-lijst van duurzame energie staan?" verzucht Janssens. "Hier willen we zelf het verschil maken. Door het praktisch en innovatief ondernemend aan te pakken zijn we ons bewust dat we een deel van een veel fundamentele verandering zijn."

[Vandebron](#)

Désirée Crommelin
© duurzaamplus.nl