

Het wonder van Texel

Over een succesvol lokaal duurzaam energiebedrijf

Cees Bakker

Duurzame energie opwekken, het liefst door mensen zelf, is de basisgedachte achter ODE. Het begint steeds meer praktijk te worden en talloze initiatieven van de laatste jaren onderstrepen dat. Eén daarvan is TexelEnergie, een lokaal energiebedrijf op eilandniveau. Wat is er zo bijzonder aan TexelEnergie, en wat bewoog de initiatiefnemers? Een vraaggesprek met directeur Brendan de Graaf.

Brendan de Graaf kreeg het eilandgevoel al met de paplepel ingegoten door zijn vader, die in zijn werkzame leven tweemaal per week de hele Texelse Courant vol schreef. Brendan is daarnaast een man van de praktijk, die uitdagingen niet uit de weg gaat, iemand die 'met stormwind op de dijk wil staan'. Hij had 'aan de overkant' ooit zijn eigen installatiebedrijf, maar keerde tijdig terug op Texel. Daar werd hij ook maatschappelijk actief, aanvankelijk in een groep van twaalf eilandgenoten die de Texelse economie een duurzame impuls wilden geven. Dat leidde ondermeer tot het initiatief om een lokaal energiebedrijf te beginnen, met Brendan als projectleider. Dat deed hij eerst nog naast zijn installatiebedrijf. "Ik zat vaak nog in overall aan de vergadertafel. Toen ik een keer in het pak op de boot werd opgemerkt vroegen mensen bezorgd of er iets aan de hand was!" Een halfjaar later werd hij benoemd tot directeur van TexelEnergie, maar onder zijn voorwaarde dat het meer inhield dan alleen een praafunctie.

Is het opzetten van een eigen energiebedrijf vooral een kwestie van organisatie?

"Onderschat niet hoeveel techniek er bij een leveringsbedrijf komt kijken. De energiemarkt is complex door de moeilijke voorspelbaarheid van vraag en aanbod. Het is een

voortdurend fluctuerende markt. Doe je het goed dan levert dat direct winst op. Doe je het niet goed dan krijg je boetes. Als je de vraag van de klanten kent kun je de kosten laag houden. Met slimme meters en aanvullende apparatuur kun je die kennis naar je toe halen en er gebruik van maken om piekverbruiken af te vlakken, installaties in woningen in- of uitschakelen, energie uitwisselen met je burens. En met opslag van zonne-energie in accu's kun je het piekvermogen nog veel verder verlagen, waardoor de vaste kosten omlaag gaan. Dat zet pas echt zoden aan de dijk."

"Door het werkelijke klantgedrag te meten kunnen we per tijdseenheid een afgepaste hoeveelheid energie leveren, met eveneens een per tijdseenheid variërende afrekening. Dat levert winst op, en omdat wij geen winsttoegmerk hebben, gaat de winst terug naar onze klanten. Bij grootverbruikers gebeurt dat al jaren. Omdat ook de opbrengst van duurzame energie fluctueert, willen wij met een biogasinstallatie en een warmtekrachtenheid zelf stroom produceren, om zo te reageren op de wisselingen in vraag en aanbod. Eneco doet op grotere schaal precies hetzelfde met hun nieuwe Enecogen gascentrale. Zo'n centrale is goud waard."

Dat klinkt niet eenvoudig. Kun je andere aspirant lokale energiebedrijven ook wegwijs maken?

"Die vraag krijg ik bijna dagelijks, vaak van mensen die nog van niets weten. Als je meer wilt weten over de opzet een lokaal duurzaam energiebedrijf moet je bereid zijn je eerst te

TexelEnergie

Na een landelijke nominatieronde van 12 succesvolle duurzame projecten werd TexelEnergie in 2011 aangewezen als één van de twee Duurzame Toppers. Bij de beoordeling werd gekeken naar de impact op klimaat- en andere duurzame doelstellingen, de economische houdbaarheid, de samenwerking met stakeholders of ketenpartijen, en de innovatieve kracht van het project.

Over TexelEnergie is al veel gepubliceerd en het lokale energiebedrijf is daardoor reeds bekend bij mensen die ook met zulke plannen rondlopen. De basisinformatie staat op de website (www.texelenergie.nl).





TexelEnergie maakt er werk van. Op de voorgrond directeur Brendan de Graaf. Foto: Cees Bakker

verdiepen in de basiskennis van de energiemarkt. De energiemarkt is enorm complex en het vergt continu tijd en aandacht als je daar als energiebedrijf wat aan wilt verdienen. Wij zijn niet ingericht als kennisinstituut op dat gebied. We hebben wel een ideëel motief - het creëren van duurzame energie, maar op het moment dat ik anderen help staat mijn werk stil. We hebben geen winstoogmerk, maar de tent moet wel draaien.”

Spreekt hier de ondernemer?

“Als pionier met een voorbeeldfunctie word je geacht informatie te verstrekken, maar daar zijn wel grenzen aan. Ik ben niet te beroerd om kennis te delen maar het wordt al gauw ingewikkeld. Sommige oplossingen lijken simpel en achteraf kun je gemakkelijk zeggen: was dat nou alles? Ja, maar aan dat idee kan wel een half jaar denkwerk vooraf zijn gegaan. Er zou een model moeten komen waarbij het

overdragen van kennis zowel voor de aanbieder als de aanvrager aantrekkelijk wordt.”

Wat vinden Texelaars zelf eigenlijk van lokale energie?

“We hebben al twee keer onderzoek verricht en stelden de vraag: vindt u het belangrijk dat een Texels bedrijf energie produceert voor de inwoners van Texel? Bijna 98% van onze leden vonden dat belangrijk en van de niet-leden was dat 70%. Dat is hoog hoor!”

Op Texel houdt het een keer op. Dan is iedereen klant. Hoe ver is dat nog weg?

“Er zijn nog veel mensen die geen klant zijn. Het werven van klanten is gewoon heel moeilijk. Grote landelijke energieleveranciers zijn na een enorme campagne al tevreden als 10 procent overstapt. Wij zitten een stuk hoger, maar omdat we vissen in een beperkte vijver wordt de vijver wel steeds leger. En de moeilijk te vangen vissen blijven over, waardoor je steeds meer moeite moet doen om die nog te bereiken.”

Waarmee haal je nog klanten binnen?

“Door de feitelijke handeling zo simpel mogelijk te maken. Je kunt iemand per telefoon overzetten naar TexelEnergie, maar ik wil graag dat mensen bewust kiezen en beseffen waarvoor ze kiezen. Mensen moeten begrijpen wat we samen hebben bedoeld. Een handtekening bij aanmelding is een bevestiging dat we elkaar goed hebben begrepen.”

Het risico is dat je mensen buitensluit omdat ze er niet zo mee bezig zijn.

“Dat willen we zeker niet. Je moet daar een goede middenweg in zoeken. Er zijn ook mensen die gewoon hulp nodig hebben. Daar gaan we dan gewoon naar toe. Omdat we best veel informatie nodig hebben en we de kans op fouten bij de overstap willen vermijden. We moeten het de klant gemakkelijk maken, maar de zorgvuldigheid is zeker zo belangrijk. En blijkbaar lukt dat aardig. Iemand zei: ‘hier kom ik nog door een deur binnen in plaats van via een digitale snelweg...’”

TexelEnergie werft ook klanten van ‘de overkant’, is dat wel zo’n goed idee?

“We hebben dat lange tijd niet gedaan en we werven ook niet echt actief. Maar er zijn mensen die vanuit een sterke binding met Texel (oud-Textelaars, trouwe toeristen, familie aan de overkant) vragen of ze lid kunnen worden. Dat willen we niet blokkeren. Het moet niet scheef groeien, maar nu we een goede basis hebben van veel Texelse leden ben ik daar niet zo bang voor. Het is geen speerpunt voor ons, maar mensen zijn welkom. Vergelijk het maar met de Texelse veerdienst: als die het alleen van Texelaars moest hebben zou er een heel ander bootje varen...”