



Een goede raad

Groepsaankopen

De talrijke groepsaankopen van zonnepanelen zijn vaak gelinkt aan grote bekende namen die optreden als *community leader*. Sommigen denken dat deze nieuwe geïnteresseerden aantrekken en zodoende een algemeen verhogende impact hebben op de totale vraag naar zonnepanelen. Anderen denken dat dit een moordende prijzenslag is waar niemand beter van wordt. Het is echter een fenomeen dat niet meer weg te denken is.

In een notedop zijn dit de voornaamste **nadelen** voor de lokale installateur:

- men standaardiseert maatwerk waar dat niet kan: daken verschillen echter onderling vrijwel altijd van mekaar
- overdreven prijsdruk op leveranciers en onderaannemers maakt duurzaam ondernemen onmogelijk
- bankgaranties en financiële eisen zorgen ervoor dat enkel een beperkt aantal grote partijen mee kunnen doen in het veilingproces
- klanten worden **geconditioneerd** en reageren enkel op groepsaankopen met geclaimde hoge kortingen, zelfs als de prijs minder voordelig is dan bij de lokale vakman
- er is een *stop & go effect*: heel veel aanvragen, mensen stellen daarna aankopen uit en wachten af. Dit ontwikkelt geen continuïteit in het orderboekje en creëert dus ook geen langetermijn vaste jobs.
- men moet om de pieken op te vangen vaak beroep doen op onervaren en onvoldoende opgeleide medewerkers
- prijszetting in functie van aantal deelnemers (hetgeen onbekend is op het moment dat men intekent)
- tussen intekening en uitvoering zijn de prijzen vaak al veranderd waardoor de lokale installateur kan aanbieden tegen gelijkaardige voorwaarden en kortere wachttijden
- **Een *community leader* is een winstmaximaliserende onderneming die zelf geen enkel risico draagt qua uitvoering van de contracten – zij maken immers geen deel uit van de uiteindelijke contractuele verbintenis**
- de nadruk ligt op prijs per wattpiek en niet per kilowattuur effectief opgewekte energie op lange termijn, waardoor de laagste kwaliteit vaak wint
- er wordt soms een fout gevoel van veiligheid gegeven via garanties die vaak een lege doos te zijn: wat is 10 jaar garantie op een onbekende omvormer als de producent er niet meer is of geen vertegenwoordiging heeft binnen Europa?
- synergie is vaak ver te zoeken, daarvoor is de regio meestal veel te ruim gekozen
- Waar zit de meerwaarde van de mede-organisatoren?
- organiseren groepsaankopen = kerntaak van politici?



Een goede raad

Groepsaankopen

Residentiële PV-systemen bekijkt men best als **dubbel vakmanschap**: zowel elektrisch als qua dakwerken biedt een bekwame vakman de beste garanties op een degelijke uitvoering van de werken. Hij/zij is de specialist en staat open voor overleg vóór de werken beginnen.

- Hoe loopt de bekabeling?
- Waar komt de omvormer?
- Op welke manier worden de panelen gemonteerd?
- Hoe degelijk is het voorgestelde montagesysteem?
- Gebruikt men originele componenten of minderwaardige alternatieven (kopieën van connectoren bijvoorbeeld)?
- Gebruikt men de juiste kabelsecties en voorziet men kabelbescherming?
- Voorziet men een aparte groep met juiste afzekering (zowel lekstroom als stroomsterkte)?
- Is de opgegeven opbrengstschatting realistisch berekend?

Ons advies is om er u bewust van te zijn dat de kwaliteit van het geheel bepaald wordt door de kwaliteit van elke component én het vakkundig installeren ervan. Een PV-systeem is geen kant-en-klaar product; elk systeem is even uniek als uw woning zelf.

Groepsaankopen zijn goed geweest om de markt een tijdelijke *boost* te bezorgen, maar bieden geen mogelijkheid tot langetermijn ontwikkeling van de sector.

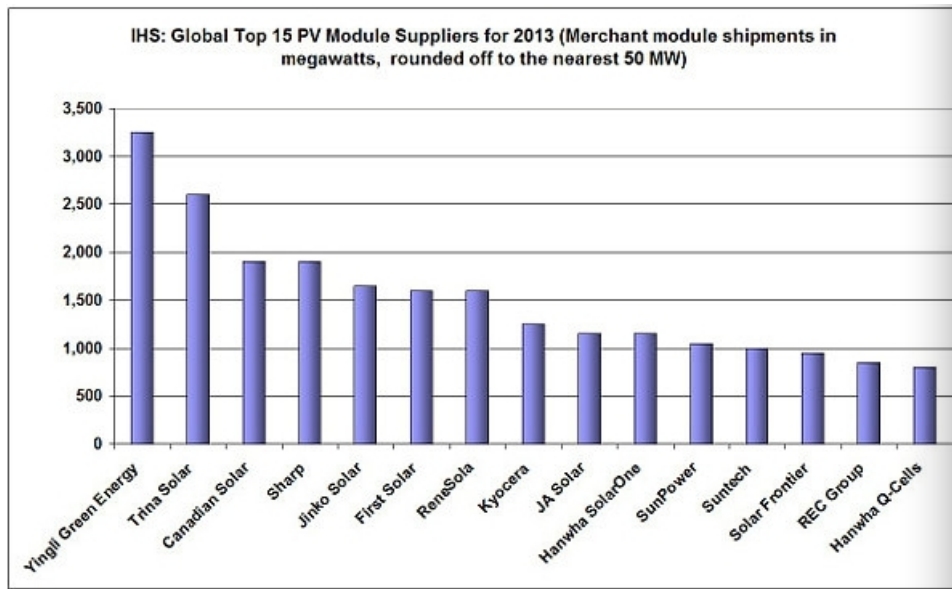
Groepsaankopen zijn volgens ons enkel wenselijk indien:

- lokale bedrijven meedoen
- er een voordeel is dat zich hoofdzakelijk in een lagere “cost of sale” weerspiegelt, wat maximum 5% lager is dan de standaard marktprijzen
- er enkel “Tier 1” producten worden toegelaten van toonaangevende producenten (+/- top 15 merken wereldwijd, geverifieerd door Bloomberg New Energy Finance)



Een goede raad

Groepsaankopen



De communicatie rondom de onlangs gegunde groepsaankoop van de Provincie Antwerpen liet een geclaimd voordeel van 18% ten opzichte van de standaard marktprijs zien. Wij nemen afstand van deze claim, die niet correct kan zijn: om een prijsvoordeel groter dan 5% te laten zien, kan dit enkel door met minderwaardig materiaal te werken en met verlies.

Met standaardisatie, schaalvoordelen en lagere acquisitiekosten kan men nooit 18% besparing realiseren.

De netto marge van goede installateurs is amper 5% in de huidige crisistijden en in een extreem concurrentiële markt. Onze conclusie is dus dat de geclaimde 18% een marketingtruc is om de consument te lokken en geen duurzame ontwikkeling van een sector kan ondersteunen. Door met kwaliteit de laagste kilowattuur prijs te garanderen bent u het best voorbereid om de gewekte interesse beter in te vullen. De lokale eerlijke vakman kunt u morgen nog persoonlijk aanspreken, de *community leader* niet want die is geen juridische partij in het contract.

De systemen die vanop afstand uitgelezen worden, laten zien dat correct geïnstalleerde systemen met topmerken meer kWh/jaar opbrengen zodat het reële prijsverschil ten opzichte van een groepsaankoop met minderwaardig materiaal in een totaal ander daglicht komt te staan.

De groepsaankoop blijkt vaak onder de streep een duurdere aankoop te zijn en geen duurzame ontwikkeling van de markt toe te laten.