

e21.thema

## Erneuerbare in Europa: Wie wachsen die Märkte zusammen?



Foto: deepblue4you / Fotolia.com

markt & trends

### „Strom ist nicht das Geschäftsmodell.“

von Thomas Dalber, – Geschäftsführer Hubject



Thomas Daiber, Geschäftsführer Hubject

## „Strom ist nicht das Geschäftsmodell.“

Das Berliner Unternehmen Hubject will mit seiner eRoaming-Plattform zur Abrechnung von Ladestrom eine entscheidende Lücke im Markt für Elektroautos schließen. Über Geschäftsmodelle rund um Ladestationen, das Millionenziel der Bundesregierung und protektionistische Ladeinfrastrukturbetreiber sprach das e21.magazin mit dem Geschäftsführer Thomas Daiber.

### e21.magazin

Herr Daiber, die Ladeinfrastruktur gilt als wichtige Stellschraube, um der Elektromobilität in Deutschland zum Durchbruch zu verhelfen. Doch bislang gilt der Betrieb von Ladesäulen als wenig rentabel. Wie wird daraus ein Geschäftsmodell?

### Thomas Daiber

Zuerst einmal muss man sich als Unternehmen im Elektromobilitätsbereich Gedanken machen, welche Lösungsangebote dem Elektroautofahrer wirklich helfen, um daraus dann im nächsten Schritt funktionierende Geschäftsmodelle abzuleiten. Strom ist da nur ein ganz kleiner Teil in der Wertschöpfungskette. Es gibt gerade in der Energiewirtschaft noch viele Unternehmen, die in Bezug auf Ladeinfrastruktur sehr protektionistisch denken. Wenn man aber in der Rolle des Betreibers Ladesäulen als Insellösung ausschließlich für Endkunden im eigenen Versorgungsgebiet aufstellt, dann ist das in der Regel weder wirtschaftlich noch kundenfreundlich. Denn Kunden außerhalb des Versorgungsgebietes können die Infrastruktur nicht nutzen. Elektromobilität ist jedoch kein lokales Thema. Spätestens wenn wir E-Fahrzeuge mit einer Reichweite von mehreren hundert Kilometern haben, diskutieren wir diese Lokalität gar nicht mehr.

### e21.magazin

Woher kommt diese protektionistische Denke?

### Thomas Daiber

Viele Versorger gehen davon aus, dass das Geschäftsmodell hinter der Elektromobilität der Absatz von Strom sei. Wir glauben nicht, dass der Stromvertrieb maßgeblich ist, sondern vielmehr ein umfassendes Serviceangebot rund um die Infrastruktur. Es gibt bereits jetzt Partner, die Geschäftsmodelle um die Elektromobilität entwickelt haben, die nicht direkt auf der Nutzung von Elektroautos oder dem Verkauf von Strom über Ladestationen beruhen, sich diese aber zunutze machen. So gibt es etwa Studien aus den USA, wonach Elektroautofahrer 20 bis 25 Prozent mehr in Möbelhäusern ausgeben als die Fahrer herkömmlicher Autos. Das heißt, dass Betreiber von Filialketten ein Interesse daran haben sollten, dass Elektroautofahrer zu ihnen kommen. Hier geht es nun darum, solchen Unternehmen kundenfreundliche Komplettlösungen für die Ladeinfrastruktur bereitzustellen, von denen sie am Ende profitieren können.

### e21.magazin

Trotzdem dürfte bei der momentan geringen Auslastung von Ladesäulen der Betrieb kaum wirtschaftlich sein.

### Thomas Daiber

Daher kann ich die Klagen der Branche in Teilen auch nachvollziehen. Mit derzeit 40.000 Elektrofahrzeugen in Deutschland ist es tatsächlich schwierig mit Geschäftsmodellen im Bereich Ladeinfrastruktur kurzfristig erfolg-

reich zu sein. Gleichwohl ist die mangelnde Rentabilität der Ladeinfrastruktur eine deutsche Diskussion, die in anderen Ländern in dieser Bandbreite nicht geführt wird. Die fokussierte Entwicklung nachhaltiger Geschäftsmodelle für den Betrieb von Ladestationen ist hierzulande bis heute vernachlässigt worden. In Deutschland wurden viele öffentliche Ladesäulen im Zuge von Forschungsprojekten errichtet. Man hat die Stationen installiert und darauf gehofft, dass sie von Elektroautofahrern genutzt werden. Unberücksichtigt blieb aber zum Beispiel die Frage, wie man die Ladesäulen findet, wer sie nutzen darf und welches Zugangsmedium benötigt wird. Die so entstandenen „Bürgermeister-Ladesäulen“ sind de facto kaum zugänglich und damit unausgelastet. Wir sorgen mit Hubeject dafür, dass die betreiberübergreifende Nutzung von Ladestationen so selbstverständlich wird, wie mit der Kreditkarte Geld abzuheben.

**e21.magazin**

**Was muss passieren, damit der Markt für Elektromobilität hierzulande den gewünschten Schub bekommt?**

**Thomas Daiber**

Grundsätzlich halte ich das Millionenziel der Bundesregierung bis 2020 für sehr ambitioniert, jedoch noch für machbar. Aber dazu müssen mehrere Faktoren ineinandergreifen. Das beginnt mit dem Fahrzeugangebot, das preislich attraktiver werden und sich stärker von normalen Verbrennungsfahrzeugen differenzieren muss. Das beinhaltet auch eine kundenfreundliche Ladeinfrastruktur, zu der wir mit Hubeject einen wichtigen Beitrag leisten. Wenn dann die Politik noch etwas nachhilft und wir es schaffen, den Kunden mit Elektromobilität in Kontakt zu bringen, dann werden wir ihn auch dafür begeistern können. Die Marktdurchdringungen disruptiver Technologien verlaufen nie linear, sondern in der Regel exponentiell. Das haben wir zuletzt bei der Nutzung von Smartphones und Apps oder auch bei der Solarenergie gesehen.

**e21.magazin**

**Welche Rolle hat die Politik bei der Markteinführung?**

**Thomas Daiber**

In anderen Ländern hat sich gezeigt, dass gezielte Anreize, wie z. B. Endkunden-Incentivierungen helfen können, die Bevölkerung mit Elektromobilität in Berührung zu bringen und wichtige Impulse zu setzen. Branchenübergreifende Industrieförderung nach dem Gießkannenprinzip stehen wir skeptisch gegenüber und halten eher eine fokussierte Anschubfinanzierung im Bereich der Ladeinfrastruktur für einen sinnvollen Gedanken. So könnte die Stationshardware und die Installation öffentlicher Ladesäulen bezuschusst werden, sofern die Stationen alle

**e21.kompakt**

**DIE HUBJECT GMBH**

Die Gründung von Hubeject geht auf die Initiative der Autobauer BMW und Daimler, der Energieversorger RWE und EnBW sowie der Technikkonzerne Bosch und Siemens zurück. Die Gesellschaft soll über eine technische Plattform die flächendeckende Nutzung von Ladesäulen unabhängig vom Energieversorger und Ladestationsbetreiber ermöglichen. Hubeject betreibt selbst keine Ladesäulen, sondern stellt Betreibern über das Ladenetzwerk „Intercharge“ ein Abrechnungssystem zur Verfügung. Mehr als 190 Unternehmen in Europa nutzen diese Plattform, davon mehr als 100 deutsche Stadtwerke. Zu den Nutzern von „Intercharge“ gehören neben Ladestationsbetreibern auch sogenannte E-Mobility-Provider, die E-Autofahrern über Ladekarten oder Apps den Zugang zur Ladeinfrastruktur bieten. Hubeject steuert dazu das IT-System bei. Die Geschäftsführung bilden Thomas Daiber und Christian Hahn. ❖

technischen Anforderungen für eine kundenfreundliche Nutzung und einen nachhaltige Betrieb erfüllen.

**e21.magazin**

**Wie steht es denn um die Wirtschaftlichkeit von Hubeject. Lässt sich mit Ihrem Konzept schon Geld verdienen?**

**Thomas Daiber**

Natürlich haben unsere Gesellschafter Hubeject mit dem Auftrag ausgestattet, möglichst schnell kostendeckend zu arbeiten. Die vorrangige Idee hinter Hubeject war und ist es jedoch, als Vernetzungsdienstleister eine kleine aber entscheidende Lücke in der Wertschöpfungskette der Elektromobilität zu schließen. Wenn wir in der Lage sind, in diesem Geschäftsfeld unsere Ausgaben zu refinanzieren, dann haben wir einen guten Job gemacht. Noch sind wir nicht so weit, aber auf einem guten Weg dorthin.

**e21.magazin**

**Herr Daiber, herzlichen Dank für das Gespräch. ❖**

Das Interview führte e21-Redakteur Rouben Bathke auf der Internationalen Automobil-Ausstellung (IAA) in Frankfurt am Main.

**Kontakt**

❖ **Thomas Daiber**  
Geschäftsführer  
Hubeject GmbH, Berlin  
www.hubeject.com

# e21.magazin

für die köpfe der energiewende

energate gmbh

Norbertstraße 5  
D-45131 Essen

Tel.: +49 (0) 201.1022.500

Fax: +49 (0) 201.1022.555

[www.energate.de](http://www.energate.de)

[www.e21.info](http://www.e21.info)

Bestellen Sie jetzt Ihre persönliche Ausgabe!

[www.e21.info/magazin/bestellen](http://www.e21.info/magazin/bestellen)



ener|gate

| con|energy gruppe