

BEWERBER 4 v. 5: The Mobility House

Kategorie: Fortbewegungsmittel des Jahres



Kurzbeschreibung:

Wer mit einem tiefenentleerten Handy in das Münchner Büro von Thomas Raffener kommt und freundlich fragt, ob er sein Telefon irgendwo einstecken kann, dem antwortet der Firmengründer mit einem breiten Lachen: „Ladesteckdosen haben wir hier genug“. In der Tat – für alles, was mit Laden zu tun hat, sind sie hier vorbereitet. Sein Geschäft wollen Raffener und die von ihm gegründete Firma „The Mobility House“ allerdings mit ganz speziellen Ladevorgängen machen: dem Aufladen von Autos. Im Büro haben die Experten Ladesteckdosen in verschiedenen Designs an der Wand befestigt, für alle möglichen E-Autos. Die gleichen Steckdosen schrauben sie Kunden auch gern daheim an die Hauswand oder in die Garage.

Das Geniale dabei: The Mobility House muss diese Kunden meist gar nicht suchen. Sie kommen von alleine. Denn wenn ein Konsument bei einem bekannten Autobauer wie BMW, Nissan oder Smart ein Elektrofahrzeug kauft, dann wird er vom dortigen Verkaufsberater nicht nur auf klassische Notwendigkeiten wie eine Versicherung angesprochen, sondern auch auf die erforderliche Heimpladestation für das neue E-Mobil. Und da gibt es dann gleich eine Paketofferte im Angebot – die dann die Mitarbeiter von The Mobility House umsetzen.

Mit 13 Automobilherstellern konnte das junge Unternehmen bisher solche „Installations-Vertriebsverträge“ für insgesamt 15 europäische Länder unterzeichnen, allein mit zehn von ihnen für Deutschland. Zuletzt kam Daimler hinzu; unter den großen Autobauern fehlt lediglich Volkswagen. Manchmal weiß der Kunde gar nicht, dass der Service von außen kommt. Die Leute von Mobility House agieren in der Regel im Namen von BMW & Co. Und

manchmal macht das deutsch-österreichisch-schweizerische Startup sogar noch mehr: Für Tesla kümmert sich The Mobility House beispielsweise um das Netz von Schnellladestationen, das der kalifornische Hersteller für seine Kunden durch Europa ziehen will.

Über 5.000 Heimpladestationen hat The Mobility House bislang schon für Elektroauto-Käufer installiert. Doch für Raffeiner ist das nur der zarte Anfang. Bis 2020 will er europaweit 480.000 Kunden haben. Seine Vision ist allerdings nicht darauf beschränkt, sich als „Lade-Installateur“ der Autobranche zu installieren. Das wäre wenig bis gar nicht lukrativ¹ – und würde vor allem keine dauerhaften Kundenbeziehungen zulassen. Was Raffeiner will, ist den E-Autofahrern attraktive „Energie-Auflade-Pakete“ anzubieten, im Zusammenspiel mit Energieversorgern. Kurzum: The Mobility House soll die Brücke zwischen zwei gigantischen Branchen werden, die bislang wenig miteinander zu tun hatten, aber in einer Welt der E-Mobile aufeinander angewiesen sind: Die Autobranche und die Energiebranche.

Der Österreicher Raffeiner scheint prädestiniert dafür, diese Brücke zu bauen. Er ist Elektroingenieur, kennt die Stromfirmen und interessiert sich für Autos. Früh fokussierte er auf Elektroautos. Lange verfolgte er die Idee, das sagenumwobene E-Auto EV-1 von General Motors aus den neunziger Jahren nachzubauen, dessen gesamte Produktion der Hersteller aus dem Verkehr gezogen und größtenteils verschrotten lassen hat.² 2007 gehörte er zu den ersten Kunden von Tesla in Europa. Sein Tesla Roadster trägt die Produktionsnummer 42, worauf Raffeiner sehr stolz ist. Raffeiner betreute damals bei der Unternehmensberatung Accenture die Energieversorger. Später wechselte er zu Siemens und versuchte den Konzern dafür zu gewinnen, in das Geschäft mit E-Mobilität einzusteigen.

2009 gründete Raffeiner schließlich in Zürich The Mobility House mit, unter anderem mit dem Energieversorger Salzburg AG und Risikokapitalgebern als Gesellschafter³. Raffeiner prophezeite, dass es eine große Nachfrage nach Dienstleistungen rund um die Stromversorgung geben würde, wenn sich das Elektroauto durchsetzt. Die Stromversorger verstehen die Logik der Autoindustrie nicht, hat er festgestellt. Und die Autohersteller haben keine Ahnung von der Stromwelt. Raffeiner sah hierin die größte Chance für sein Startup.

Einer der ersten der auf ihn zukam, war Nissan. Der japanische Konzern zählte mit dem Leaf zu den ersten Herstellern, die in Europa ein ausgereiftes Elektroauto auf den Markt brachten. Rasch merkten die Verantwortlichen, dass es nicht ausreicht, den Kunden das Auto vor die Tür zu stellen. Im Gegenteil: Eine neue Technik wie das E-Auto bedarf einer Menge von Service und Beratung, gerade wenn es um Ladetechnik zuhause und um Verträge mit Stromversorgern geht. The Mobility House bot sich als Dienstleister an.

Damit ist die Kundenbeziehung zu den E-Autofahrern aufgebaut. Das große Geschäft liegt dann laut Raffeiner in der Konzeption spezieller Stromverträge für sie. Warum die Energieversorger gerade ihm besondere Konditionen geben sollten? Ganz einfach: The Mobility House bietet ihnen nicht nur Zusatzgeschäft für den Stromabsatz an, sondern auch

¹ Raffeiner rechnet damit, dass der Aufbau dieses Geschäfts etwa 5 Millionen Euro verschlingen wird und erst ab 2016 operativ profitabel machbar ist.

² Die Geschichte hat viele Verdachte und Verschwörungstheorien ausgelöst und wird in dem Film „Who Killed the Electric Car?“ erzählt, der um die Welt gegangen ist.

³ Die Salzburg AG hält 14 Prozent; weitere Investoren – darunter der Risikokapitalfirma Zouk – 31 Prozent. Die Mehrheit der Anteile hält Raffeiner selbst.

Netzstabilität – in dem die E-Autos immer (nur) dann Strom tanken, wenn das Netz aufgrund erhöhter Einspeisung von regenerativem Strom zu überlasten droht.

Kurzum: Raffeiner will das Versprechen wahr machen, dass Elektroautos mit ihrer Batteriekapazität gute Netzpuffer sein können. Dafür baut er mit Mobility House ein „intelligentes Ladensystem“ auf.⁴ Durch möglichst viele Autokunden soll es The Mobility House gelingen, Netzbetreibern und Versorgern Tausende E-Autos als einen großen Stromspeicher anzubieten. Ein Service, der sich in der Welt der erneuerbaren Energien auch gut bezahlen lässt. Vielleicht, mutmaßt der Gründer, könnten E-Autofahrer dann manchmal sogar umsonst tanken oder sogar noch Geld erhalten, wenn sie die intelligenten Ladedienste nutzen.

Vom „Internet of Storage“ spricht Raffeiner gerne, wenn er Dritten seine Vision erklären will. Bei seinen Investoren⁵ hat das offenbar ganz gut geklappt. Jedenfalls hat er von ihnen „grünes Licht“ bekommen, in die Entwicklung der Energiemanagement-Dienste weitere 7 Millionen Euro zu investieren. Wann sich das bezahlt machen wird? 2018 will er nach seinen Planungen die Gewinnschwelle überschreiten.

Wirtschaftliche Daten & Fakten:

Planung- und Entwicklung: Firmengründung 2009 in Zürich; 2011: Marktstart mit Energy Packages, erste Kooperation mit Nissan; Ausrüstung der Ladeinfrastruktur für die E-Auto-Flotte beim World Economic Forum in Davos; 2013 Vertrag mit BMW für i3 und i8; Aufbau des Supercharger-Netzes für Tesla; 2014 Marktstart für intelligentes Laden.

Investitionen: 2011 bis 2016 rund 5 Millionen Euro für Energy Packages
2014 bis 2018 rund 7 Millionen Euro für Energy Management

Technische Daten & Fakten:

Beschreibung: Energiedienstleistungen für E-Autohersteller, Ladesteckdosen und Stromverträge für Kunden.

Pläne & Ausblick: 2016 Break even für Energy Packages angepeilt; Ausbau des Geschäfts mit Energie Management.

© Ambo Media, Projektbüro Energy Awards

⁴ Die E-Autos der von ihm betreuten Kunden ziehen danach nur dann Strom, wenn es passt – etwa wenn die Netze überlastet sind, weil durch hohe Wind- und Sonnenstromproduktion zu viel Energie eingespeist wird. Der Autofahrer würde bei diesem Modell vorher seine Ladeparameter bestimmen – zu welchem Zeitpunkt er wie viel Energie benötigt. Schließlich will Raffeiner das Modell noch weiter treiben. Dann könnte man die Verbindung der Kundenautos zum Stromnetz in beide Richtungen nutzen und Strom aus der Autobatterie auch wieder ins Netz zurückspeisen, wenn dort gerade Knappheit herrscht – natürlich nur, wenn das Fahrzeug ohnehin länger unbenutzt an der Dose hängt.

⁵ Größter Investor ist die Beteiligungsfirma Zouk Capital. Es sind aber auch diverse Branchenveteranen als Investoren mit dabei, etwa Carl-Peter Forster, einst Vorstand bei BMW, dann Europachef von General Motors und schließlich CEO bei Tata Motors.