

Ist Ladestrom das neue Öl?

Elektromobilität Wie sich das Schnellladegeschäft in den vergangenen Jahren entwickelt hat und wie sich Stadtwerke gegen die zunehmende Präsenz der Mineralölkonzerne behaupten können

Nikolai Falter, Aachen

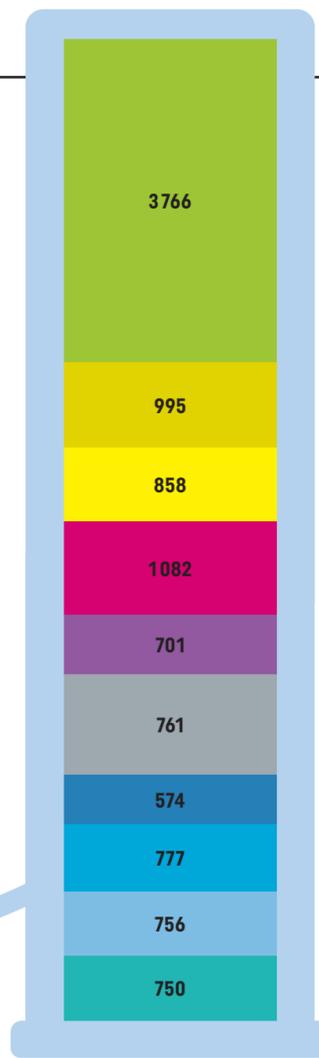
Zumindest für die öffentliche Ladeinfrastruktur im PKW-Bereich lässt sich im Rückblick auf die Entwicklung der vergangenen zwei Jahre festhalten: Der Ausbau geht zügig voran. Der von der Bundesnetzagentur (BNetzA) im Ladesäulenregister registrierte Bestand an Schnellladepunkten betrug zum Jahreswechsel 2021/22 rund 9800. Bis Anfang Februar dieses Jahres wuchs er auf mehr als 20 500 Schnellladepunkte – also mehr als eine Verdoppelung in gut zwei Jahren.

Wer tiefer in die Zahlen einsteigt, stellt fest, dass nicht alle Ladepunktbetreiber (CPOs) in gleichem Maße an diesem Wachstum beteiligt waren. Ende 2022 betrieben die Top-Ten-CPOs 6025 Schnellladepunkte – ein Marktanteil von zusammen knapp



Dezember 2021

Durch die Top 10 CPOs betriebene öffentliche Schnellladepunkte in Deutschland



Februar 2024

Quelle: © xxNachweisxx

62 Prozent. Zwar sank der Marktanteil der Top-Ten-CPOs Stand Anfang Februar mit 11 423 Schnellladepunkten auf einen Marktanteil von knapp 56 Prozent. Allerdings änderte sich die Zusammensetzung der Top Ten.

Anbieter wie Ionity oder Eon haben die Top-Ten-Liste verlassen

Heute wie damals unangefochten an der Spitze steht »EnBW mobility+«, die zumindest in absoluten Zahlen den stärksten Zubau im Betrachtungszeitraum erreicht haben. Akteure wie Ionity oder Allego – Schnellladeinfrastrukturbetreiber der ersten Stunde – mussten sich hingegen aus dem Kreis der Top Ten verabschieden.

Auch Anbieter wie Comfort Charge oder Eon sind nicht mehr mit an der Spitze. Dafür neu auf den zehn ersten Plätzen: Kaufland, Tesla (durch Freigabe von Superchargern für Fremdfabrikate) und Shell. Neben EnBW konnten sich EWE Go und die Pfalzwerke als einzige CPOs mit direkter Verbindung zur Energiewirtschaft in den Top Ten behaupten und beachtliche Zubauzahlen erreichen.

Ebenfalls beträchtlich fiel das Plus bei den aus der Mineralölbranche stammenden Anbietern Shell und Aral Pulse aus. Für die Analyse des Zuwachses bei diesen CPOs wollen wir aber den Fokus verändern und noch einen dritten Player mit in die Betrachtung nehmen: Total Energies.

Betrachtet man den Zubau im Schnellladebereich durch die drei genannten Mineralölunternehmen, ergeben sich beeindruckende Wachstumsraten:

- plus 311 Prozent bezogen auf alle Anbieter
- plus 383 Prozent bei Total
- plus 763 Prozent bei Shell

Die ehemaligen reinen Tankstellenbetreiber sind also längst zu etablierten Playern im E-Mobilitätsgeschäft geworden. Strom ist hier das neue Öl – oder wird es zumindest werden.

Welchen Teil des Kuchens können sich Versorger noch sichern?

Vor diesem Hintergrund verdient auch die durch das Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV) angestrebte Änderung des Gebäude-Elektromobilitätsinfrastruktur-Gesetzes (GEIG) eine genauere Betrachtung. Sie verpflichtet Unternehmen mit mehr als 200 Tankstellen dazu, je Standort ab 1. Januar 2028 mindestens einen Schnellladepunkt zu betreiben. Diese Gesetzesanpassung bestärkt die eingeschlagene Entwicklung der Mineralölunternehmen nicht nur, sondern dürfte sie zukünftig noch beschleunigen.

Für aus der Energiewirtschaft stammende Ladesäulenbetreiber stellt sich einmal mehr die Frage, welchen Teil des Schnelllade-Kuchens sie langfristig abbekommen können. Bereits heute sind nur drei der Top-Ten-CPOs Energieversorgungsunternehmen (EVU), darunter die Pfalzwerke als einziger »klassischer« Regionalversorger.

Tankstellenbetreiber haben optimal angebundene Standorte

Anders als EVU verfügen die Tankstellenbetreiber über direkten Zugang zu erwiebsenmaßen verkehrstechnisch optimal angelegenen Standorten, welche in der Regel mit bestehender Einkaufs- oder gastronomischer Infrastruktur ausgestattet sind. Ein zweiter Vorteil für das investitionsintensive Ladeinfrastrukturgeschäft ist die schiere Größe der Unternehmen und deren entsprechende Kapitalausstattung: BP (Aral), Total und Shell sind laut Handelsblatt in den Top Ten der größten Öl- und Gasunternehmen weltweit vertreten.

Für Stadtwerke braucht es daher eine klare Strategie, falls sie im Geschäft mit der öffentlichen Ladeinfrastruktur gegen die großemäßig überlegenen Konkurrenten bestehen wollen. Diese Strategie muss auf realistischen Annahmen beruhen. Eine Orientierung für die Strategieentwicklung können die folgenden Leitplanken bieten:

- Die wichtigste Frage zuerst: Ist das Geschäft mit öffentlicher Ladeinfrastruktur für unser Stadtwerk wirtschaftlich erfolgversprechend oder strategisch so relevant, dass wir es auf jeden Fall bedienen wollen? Die Wirtschaftlichkeit sollte in einem langfristigen Business-Case untersucht werden, der mindestens 20 Jahre in die Zukunft schaut und das Marktpotenzial für öffentliche Ladepunkte berücksichtigt. Fällt die Antwort positiv aus, heißt es: volle Kraft voraus. Um an einem Markt bestehen zu können, der zunehmend von großen Playern geprägt wird, braucht es langfristiges strategisches Commitment und ausreichende personelle und finanzielle Ressourcen. Doch auch die Ausrichtung »Wir konzentrieren unsere limitierten Ressourcen auf andere Geschäftsfelder« kann im Einzelfall richtig sein.
- Entwicklung eines klaren Zielbildes: Soll das Geschäft mit öffentlicher Ladeinfrastruktur langfristig etabliert werden, muss geklärt werden, ob eine bundesweite oder eine regionale Präsenz angestrebt wird. Ein passendes Zielbild für ein größeres Stadtwerk könnte sein: »Wir sind regionaler Marktführer«.
- Die Sicherung geeigneter Standorte und des benötigten Investitionskapitals sind notwendige Bedingungen für einen ambitionierten Ausbau von Ladeinfrastruktur – eine Chance für lokal gut vernetzte Akteure.
- Kooperation vs. Eigenleistung: Ein leistungsfähiges Netzwerk aus Kooperationspartnern, sowohl in der Investitions- und Aufbauphase als auch beim Betrieb der Ladeinfrastruktur, kann dabei helfen, den internen Aufwand zu reduzieren und Synergieeffekte zu heben.
- Sicherung von Ressourcen: Egal, ob in-house oder mit einem Kooperationspartner. Für einen kontinuierlichen und zügigen Aufbau müssen die benötigten Ressourcen (Kapital, Personal, Material) geschaffen und gesichert werden.
- Stadtwerke sind Profis für die Themen Energievertrieb und erneuerbare Energieerzeugung. Dieser Vorteil gegenüber branchenfremden Konkurrenten muss genutzt werden.
- Mit steigender Marktentwicklung steigt die Wahrscheinlichkeit von Konsolidierungswellen und Marktberäuberungen. Auch hier können Kooperationen helfen, die für das Überleben notwendige Rentabilität und Größe zu erreichen.

Die Stadtwerke könnten somit in einem schnell wachsenden aber auch zunehmend durch eine kleine Zahl großer Player dominierten Markt die Antwort auf die Frage liefern, ob Ladestrom das neue Öl für Tankstellenbetreiber wird oder der Beitrag des lokalen Versorgers zur emissionsfreien Mobilität. Wichtig ist im Rahmen der Strategieentwicklung eine realistische Beurteilung der eigenen Ressourcen.

Im Zweifelsfall sind auch der Rückzug aus dem Geschäft mit der öffentlichen Ladeinfrastruktur und eine Konzentration auf Privat- und Gewerbekunden eine valide Option für das Geschäftsfeld Elektromobilität.

Nikolai Falter ist Berater bei BET Büro für Energiewirtschaft und technische Planung in Aachen.