

Berlin

Klassenfahrt der Stromrebelln

Start-ups fahren gemeinsam zur Leitmesse der Energiewirtschaft nach Essen. Sie wollen dort neue Geschäftsideen präsentieren

VON JOCHEN KNOBLACH

Natürlich musste es ein Bus sein. Zwar sind sich selbst die Experten uneins, ob nun der Bus oder die Bahn das umweltfreundlichste Verkehrsmittel ist. Aber letztlich setzte sich doch das Straßenfahrzeug durch. Denn ein Bus kann vor dem Roten Rathaus parken, ein ICE kann das bekanntermaßen nicht.

Es war noch dunkel, als sich am Dienstagmorgen am Rathaus rund 30 vor allem junge Leute versammelt hatten. Eine Reisegesellschaft auf den Weg ins Ruhrgebiet. Die Deutsche Energie Agentur hatte Mitarbeiter von Start-ups eingeladen, gemeinsam die E-World in Essen zu besuchen, um auf Europas Leitmesse der Energiewirtschaft neue Geschäftsideen für den sich rasant verändernden Energiemarkt zu präsentieren. Die wenigsten Teilnehmer kannten sich, es gab Verpflegungsbeutel, und so war es ein bisschen wie eine Klassenfahrt der Stromrebelln.

Wärme aus dem Algen-Kraftwerk

Einer von ihnen ist Johann Bauerfeind. Der 26-jährige Biotechnologe ist Co-Chef des Start-ups Solaga, das aus einem Forschungsprojekt der Humboldt-Universität hervorgegangen ist. Bauerfeind will es Haushalten ermöglichen, Wärme aus Algen zu gewinnen. Dafür werden Algenteppiche wie Solarpaneele auf Dächern installiert, in denen unter Sonneneinstrahlung Gas entsteht, das dann zur CO₂-neutralen Wärmeenergie genutzt wird. Seit eineinhalb Jahren besteht das vierköpfige Start-up, das inzwischen mit der Gasag zusammenarbeitet. In Essen will Bauerfeind seine Berliner Algenkraftwerke auch anderen potenziellen Partnern vorstellen und hofft auf Investoren.



Mit Ideen und Verpflegungsbeuteln: Berliner Start-ups vor der Abreise zur E-World in Essen.

Die Chancen dafür stehen nicht schlecht, denn unter Risikokapitalinvestoren ist der Energiebereich angesagt wie nie zuvor. Zwar stecken die ihr Geld noch immer vor allem in E-Commerce- und Finanz-Start-ups, doch wuchsen die Kapitalströme in den Energiesektor im vergangenen Jahr so stark wie nirgendwo sonst. Einer Analyse der Unternehmensberatung Ernst & Young zufolge wurden hierzulande 2016 insgesamt 230 Millionen Euro in Energie-Start-ups investiert. Im Jahr zuvor waren es noch vergleichsweise geringe 39 Millionen.

Dabei sind die Geschäftsideen der jungen Wilden des Energiemarkts vielfältig: Das Unternehmen Perto etwa entwickelt Software, die Energieeffizienz-Potenziale in Ge-

bäuden sichtbar macht. Per Foto kann beispielsweise ein Wärmepumpencheck gemacht werden. Ein intelligentes Wechselakku-System der Firma Greenpack soll Energie speichern, transportieren und mobil nutzbar machen, beispielsweise in leichten Elektrofahrzeugen und Pedelecs. Das ebenfalls in Berlin ansässige Start-up Lumenaza (siehe Interview) will den Energiemarkt regionalisieren, so dass jeder den „Strom von hier“ bekommen kann. Es sind junge Unternehmen, die mit meist weniger Mitarbeitern als ein Vattenfall-Kraftwerk Schornsteine und Kühltürme hat, den Großen Konkurrenz machen und die Energiewende vorantreiben wollen.

Dass Berlin für Innovationen im Energiegeschäft der beste Standort

ist, davon ist Berlins Wirtschaftsministerin Ramona Pop (Grüne), die den Start-up-Bus gestern am frühen Morgen verabschiedete, freilich überzeugt. Hier würden die Themen Energiewende und Digitalisierung wie in keiner anderen Region zusammenfließen und die besten Möglichkeiten bieten, sagte sie. „Die Berliner Start-up-Branche hat das Potenzial, mit innovativen Ideen und digitalen Geschäftsmodellen einen wichtigen Beitrag für die Energiewende zu leisten.“ Die Energiewende sei eine Chance, keine Hürde, sagte die Senatorin. Vor allem aber sei die Energiewende eine Aufgabe für die Stadt. Denn in Berlin liege der Anteil erneuerbarer Energien auch heute noch bei nicht einmal vier Prozent.

UNTERNEHMER

Die Energiewende in die Haushalte bringen

Herr Chudoba, könnte es sein, dass der Start-up-Bus in erster Linie Eigenwerbung der Energieagentur ist?

Das ist sicher ein willkommener Nebeneffekt. Geboren wurde die Idee dazu aber in verschiedenen Netzwerken. Sie kommt also gewissermaßen von der Basis.

Was erwarten Sie von der Reise?

Viele neue Kontakte. Auf der E-World geht es um die Energiewirtschaft von der Erzeugung über Transport bis zur Speicherung. Für alle diese Bereiche bietet unsere Software Lösungen, so dass wir uns von der Messe einiges erhoffen.

Was ist Ihr Angebot für den Energiemarkt der Zukunft?

Wir sind ein Softwareanbieter für die neue, dezentrale und digitalisierte Energiewelt. Mit unserer Software lassen sich Kraftwerke steuern. Wir können Echtzeit-Energiemanagement-Daten allen Marktteilnehmern zugänglich machen. Und wir ermöglichen es, alle Teilnehmer der neuen Energiewelt auf einem digitalen Marktplatz zu verbinden und diesen intelligent zu steuern. Wir sprechen somit Versorger, neue Akteure und Erzeuger in gleichem Maße an.

Was hat der Normalverbraucher davon?

Wir wollen, dass der Energiemarkt funktioniert wie ein Bio-Le-

bensmittelmarkt. Wie viele Bauern einen Teil ihrer Ernte heute direkt auf dem Hof verkaufen, soll auch der Nachbar einer Biogas- oder Windkraftanlage seinen Strom direkt von dieser Anlage beziehen können. Mittlerweile bietet unsere Software auch die Möglichkeit, dass Privatpersonen überschüssigen Strom ihrer Solaranlagen einer Gemeinschaft zur Verfügung stellen können. So erreicht die Energiewende jeden Haushalt.

Welche Standortvorteile bietet Berlin für Ihr Unternehmen?

Da gibt es einige. Neben den immer noch relativ günstigen Mieten ist das für ein schnell wachsendes Technologieunternehmen wie Lumenaza natürlich der Zugang zu Talenten. Hier ist der Wettbewerb zwar hart, aber Berlin ist für viele Entwickler attraktiv. Das hilft uns. Außerdem ist für uns natürlich auch das Berliner Netzwerk entscheidend.

Wie viele Mitarbeiter haben Sie heute und wie wird sich diese Zahl bis 2020 entwickeln?

Aktuell haben wir 18 Mitarbeiter. Eine Prognose bis 2020 ist natürlich schwierig, aber wir werden auf 70 bis 100 Mitarbeiter wachsen.

Das Gespräch führte Jochen Knoblach



Christian Chudoba, Chef des Berliner Start-ups Lumenaza

Das modernste Kaufhaus der DDR macht zu

Ausverkauf in der Galeria Kaufhof am Ostbahnhof

VON NORBERT KOCH-KLAUCKE

In der Galeria Kaufhof am Ostbahnhof hat der Räumungsverkauf begonnen, Rabatte um bis zu 50 Prozent inklusive. „Die Zeit läuft, alles muss raus!“, werben Plakate an den Eingängen und in den drei Etagen. Denn in knapp fünf Monaten ist es soweit: Dann macht das einst modernste Warenhaus der DDR für immer dicht.

Rote Schilder mit Prozentzeichen verkünden überall im Haus den Anfang vom Ende. Süßigkeiten gibt es demnach für fünf Prozent billiger, bis zu zehn Prozent sind es bei den Schreibwaren, Koffern und beim Spielzeug. In der Modeabteilung gibt es die echten Schnäppchen: bis zu 50 Prozent auf Hosen, Blusen und Anzüge. „Die Preisnachlässe werden bis Ende Juni weiter zunehmen, wenn wir dann das Haus am Ostbahnhof für immer verlassen“, sagt Filial-Chefin Doreen Mädler-Nemchinov.

Doch in die Schnäppchen-Jagd mischt sich bei vielen Kunden in diesem Fall auch Wehmut. „Es ist einfach schade“, sagt zum Beispiel Sigrid Drews. „Als ich früher in Greifswald wohnte und nach Berlin fuhr, ging ich immer hier zum Ostbahnhof einkaufen. Hier gab es vieles, was woanders in der DDR nicht im Angebot war“, erinnert sich die 72-Jährige.

Damals hieß der Kaufhof noch Centrum Warenhaus. 1979 machte

es als das modernste Kaufhaus der DDR auf – zehn Jahre nach dem Centrum Warenhaus am Alexanderplatz. Schweden bauten das Haus, die Glasmosaik-Steine für die bunte Fassade kamen aus Italien. Wer in der DDR etwas haben wollte, fuhr mit dem Zug zum Ostbahnhof und ging einkaufen. Hier gab es die begehrte „Bückware“: Bettwäsche, Kinderkleidung, japanische Radiorekorder, West-Jeans oder Amiga-Schallplatten mit West-Musik.

Das Lob hört Filial-Chefin Mädler-Nemchinov bis heute gerne. „Einer der 90 Mitarbeiter sind schon seit DDR-Zeiten dabei“, sagt die 37-Jährige. „Alle sind traurig, dass nun eine Warenhaus-Ära nach fast 38 Jahren zu Ende geht.“

Der Entschluss zur Schließung kam vergangenen April. Weil immer weniger Kunden kamen, beschloss der Kaufhof-Konzern die derzeit dreistöckige Verkaufsfläche zu verkleinern. Auf die freigewordenen Flächen zogen Betreiber einer Kartbahn und eines Bowling-Centers. Auch ein Ärztezentrum mit Allgemeinmedizinern, Orthopäden und Neurologen ließen sich im Gebäude nieder.

Wie es mit diesen Nutzern weitergeht, ist noch nicht entschieden. Ob sie den Umbau des Warenhaus in ein Bürogebäude überdauern werden, ist jedoch zweifelhaft. Immerhin wurden alle 90 Mitarbeiter wurden von anderen Berliner Kaufhof-Häusern übernommen.



SABINE GUDATH

Runter mit den Preisen geht's am Ostbahnhof.

BERLINER RUNDFUNK 91.4

DEUTSCHLANDS BESTE RADIOMODERATORIN



Simone Panteleit
jeden Morgen von 5 - 10 Uhr

RADIO AN!

Gewinnerin des Deutschen Radiopreises Ausgezeichnet vom Grimme-Institut