SETmagazin

Vol. 1

Warum brauchen wir Start-ups für die Energiewende?

Interview mit Pia Dorfinger und Philipp Richard von der dena

S. 08

Schweizer Taschenmesser im Regularien-Dschungel

Das individuelle Beratungsprogramm SET Mentoring

S. 18

Hot Topics für Start-ups

Business-Insiderwissen vom SET Beraterkreis

S. 20

In der Regulatorik liegt auch eine Chance

Interview mit Energiemarkt-Experte Fabian Reetz S. 10

SET Hub | dena Deutsche Energie-Agentur

Der Hub für Energie-wende-Start-ups

SET Hub | dena Deutsche Energie-Agentur

Content

04 **Editorial**
Grußwort von Andreas Kuhlmann, Geschäftsführer dena

06 **Der SET Hub**
Daten und Fakten über das SET Hub Netzwerk

08 **Warum brauchen wir Start-ups für die Energiewende?**
Interview mit Pia Dorfinger, Teamleiterin Start-ups und Innovation, und Philipp Richard, Leiter Digitale Technologien und Netzwerke bei der dena

10 **„In der Regulatorik liegt auch eine Chance“**
Interview mit dem Energiemarkt-Experten und Gründer Fabian Reetz

14 **Know your customer!**
Dr. Thomas Nicoleit, Senior Management Consultant bei der Technologieberatung umlaut energy, verrät die unternehmerischen Essentials bei der Entwicklung des Geschäftsmodells

16 **„Man wird beim eigenen Geschäftsmodell betriebsblind“**
Der PipePredict-Gründer Christopher Dörner im Interview

18 **Schweizer Taschenmesser im Regularien-Dschungel**
Das individuelle Beratungsprogramm SET Mentoring

20 **Hot Topics für Start-ups**
Wir haben den SET Beraterkreis gefragt: Was müssen Start-ups im Energiesektor aktuell wissen?

23 **Das SET Hub Team**
Wir sind für euch da!

Eindrücke von der SET Academy
In Essen fand am 8. und 9. Oktober 2020 die SET Academy mit zehn Start-ups statt.

Nur Mut!

Liebe Leserinnen und Leser,

im Corona-Jahr 2020 schien es anfänglich, als seien wir in einem Krisenmodus zurückgeworfen auf das „Bewahren". Das Bewahren von Gesundheit, gesellschaftlichem Zusammenhalt und wirtschaftlicher Prosperität. Doch schnell wurde eins deutlich: Themen wie Zukunftsfähigkeit und Innovation kann man nicht „on hold" setzen und sie müssen trotz oder sogar gerade in der Krise besondere Zuwendung erfahren.

Mit dem SET Hub haben wir als Deutsche Energie-Agentur 2020 gemeinsam mit dem Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) ein ambitioniertes Projekt gestartet. Möglichst vielen Start-ups mit ihren innovativen Geschäftsmodellen im Bereich der Energiewirtschaft Schub verleihen – um der Energiewende weiter Schub zu verleihen. Das ist das Ziel des SET Hub.

Wir brauchen Start-ups, um den Innovationsprozess agil zu halten. Die Kooperation zwischen etablierten und jungen Unternehmen hat sich in vielen Projekten der dena immer wieder als sehr effektiv herausgestellt. Mit dem SET Hub wollen wir Start-ups nicht nur informieren, sondern gezielt fördern und dabei coachen, ihre Geschäftsmodelle nachhaltig aufzubauen. Der Energiemarkt ist komplex und es ist für sich neu gründende Unternehmen daher essenziell, sich mit diesen Rahmenbedingungen intensiv auseinanderzusetzen und ihnen entsprechend die eigenen Produkte und Dienstleistungen zu optimieren.

Mit der vorliegenden Publikation möchten wir das Projekt SET Hub aus unterschiedlichen Blickwinkeln beleuchten: aus der Perspektive der Start-ups, der Mentorinnen und Mentoren sowie der begleitenden Expertinnen und Experten. Wir möchten zeigen, wie wir in diesem Projekt arbeiten. Wir möchten vor allem jedoch eins: Mut machen. Mut machen, neue Wege zu gehen. Ideen in die Umsetzung zu bringen. Mit innovativen Geschäftsmodellen einen Beitrag zu den energie-, klima- und umweltpolitischen Zielen des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi) zu leisten. Dafür wollen wir für Start-ups Partner und Anlaufstelle sein. In Krisenzeiten – und auch darüber hinaus.

Auf eine spannende und hoffentlich inspirierende Lektüre.

Herzlich Ihr

Andreas Kuhlmann
Vorsitzender der Geschäftsführung
der Deutschen Energie-Agentur (dena)

Der SET Hub

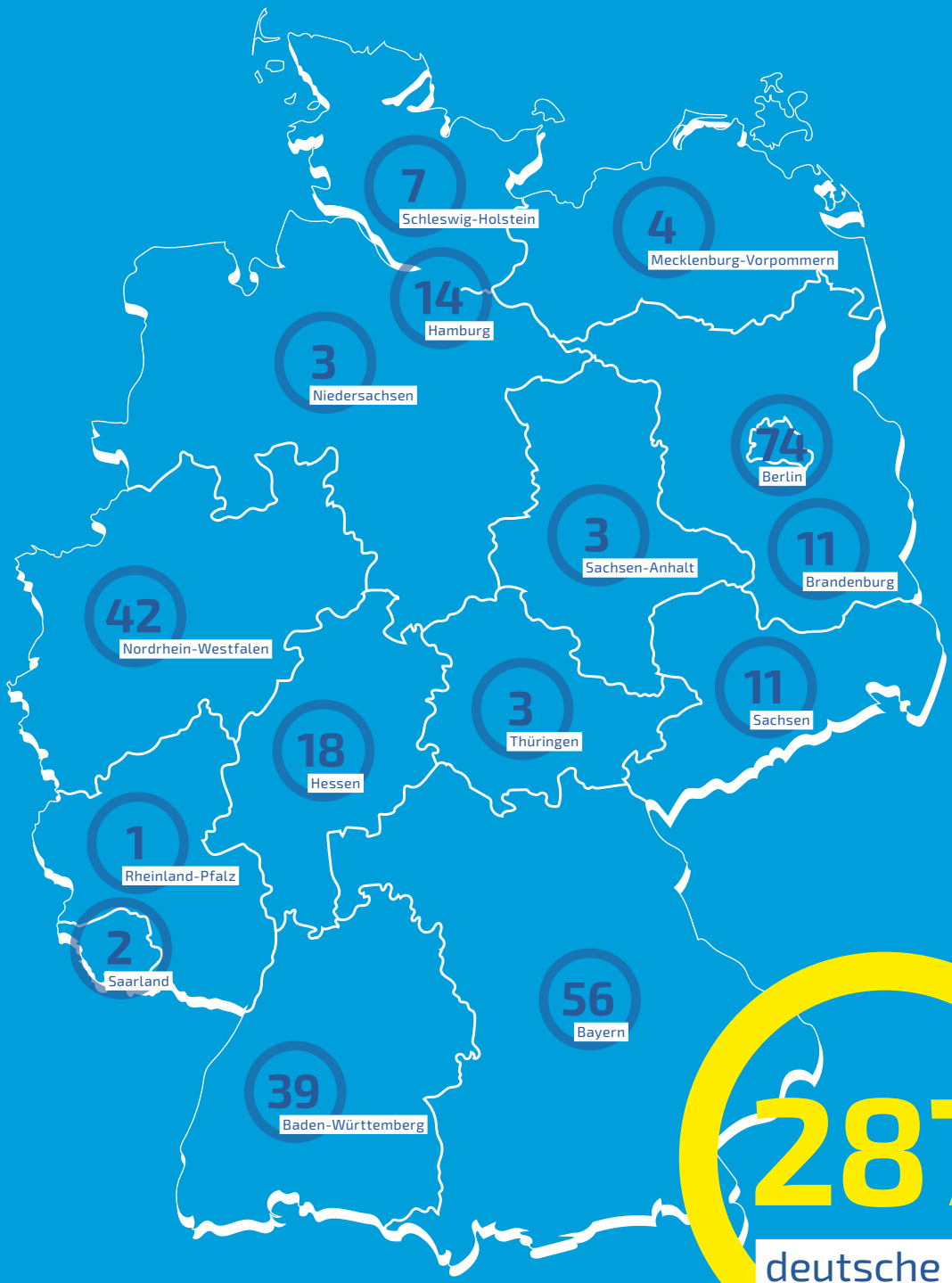
Der SET Hub bietet Start-ups Unterstützung bei der Entwicklung ihrer innovativen Geschäftsmodelle und Lösungen für die Energiewende.

Sowohl Early-Stage Start-ups als auch Gründerinnen und Gründer mit bereits ausgereiften Geschäftsmodellen können hier Beratung, z. B. zu regulatorischen Herausforderungen, bekommen.

Das Netzwerk des SET Hub erstreckt sich über das gesamte Bundesgebiet und die Start-ups arbeiten mit einer großen Bandbreite an Technologien.

Mit welchen Technologien arbeiten die Start-ups?

KI
Pyrolyse
Smart Grid
Digitale Plattform
Windkraft
Energy-Intelligence-Plattform
Power-to-Gas
Synthetische Kraftstoffe
Windströmungssensoren
Smart Meter
Ladeinfrastruktur
DCDC-Flow-Technologie
Robots
DC Fast Charger
Batteriesystem
Stream Processing
Big Data
Edge Data Center
Digitale Zwillinge
Brennstoffzelle
Blockchain
Augmented Reality
IoT
Wärmespeicher
Smarte Sensoren
Digitalisierung
Photovoltaik



Ist Berlin die Start-up-Hauptstadt Europas?

Berlin als Start-up-Hauptstadt Europas ist zahlenmäßig am stärksten vertreten. Aber auch in Bayern, Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg befinden sich echte Hot Spots für Start-ups der Energiewende.

287

deutsche Start-ups sind Teil des Netzwerks

SET Academy

Bei der SET Academy informiert die dena Gründerinnen und Gründer zu den regulatorischen Rahmenbedingungen des deutschen Energiesystems in regionalen Workshops.

SET Mentoring

In einem individuellen Beratungsprogramm erhalten ausgewählte Start-ups die Möglichkeit, ihr Geschäftsmodell von Expertinnen und Experten der dena mit Blick auf mögliche regulatorische Hürden und Entwicklungspotenziale unter die Lupe nehmen zu lassen.

SET Network

Der SET Hub bietet den teilnehmenden Start-ups Zugang zu einem breiten Innovationsnetzwerk.

Interview

Warum brauchen wir Start-ups für die Energiewende?

Im SET Hub bekommen Start-ups Beratung bei der Entwicklung von innovativen Geschäftsmodellen, die das Potenzial haben, die Energiewende voranzubringen. Warum kann die Energiewende von Start-ups profitieren? Das haben wir Pia Dorfinger und Philipp Richard von der dena gefragt, die das Programm federführend leiten.

Warum wurde der SET Hub ins Leben gerufen?

Pia: Der SET Hub ist ins Leben gerufen worden, weil der regulatorische Rahmen in der Energiebranche sehr komplex ist und daher eine ganz besondere Herausforderung für Gründerinnen und Gründer darstellt. Mit dem SET Hub wollen wir eine Unterstützung für Start-ups anbieten, um ihnen den Einstieg in diese Branche zu erleichtern. Außerdem ist der SET Hub ein Nachfolgeprojekt von „SET Lab", einem Projekt, bei dem wir vor zwei Jahren schon einmal regulatorische Herausforderungen mit Start-ups zusammen angeschaut haben. Dabei ging es vor allem darum, konkrete Handlungsempfehlungen für die Politik im „innovation roundtable"-Format herauszuarbeiten und den Kontakt zwischen der Start-up-Welt und politischen Akteuren aufzubauen. SET Lab war ein sehr erfolgreiches Projekt und aufgrund der positiven Rückmeldungen sowohl von Start-ups als auch von politischer Seite haben wir dann den SET Hub ins Leben gerufen.

Warum ist der Energiemarkt für Start-ups interessant?

Philipp: Ich glaube, dass die Attraktivität der Branche für Gründerinnen und Gründer sehr stark zugenommen hat in den letzten Jahren. Der Charme, etwas für den Klimaschutz zu tun, einen direkten Impact zu haben, ist für viele ein sehr großer Anreiz, in der Energiebranche aktiv zu werden und auch über Gründung nachzudenken. Ich glaube, dass in dieser Hinsicht, auch dank Fridays for Future, das Bewusstsein für Themen wie „circular economy", „zero waste" und eine nachhaltige Energiewirtschaft sehr gewachsen ist und dass diese damit auch mehr „street credibility" erfahren. Das stärkt die Energiebranche ungemein, denn der Sachverstand in der Bevölkerung sowohl im Consumer als auch im Industriebereich wächst zunehmend und bildet ein gewisses Fundament, auf dem Start-ups gut aufbauen können. Es tut sich mehr, als man denkt, in der Branche, gerade weil auch große Unternehmen inzwischen die Notwendigkeit erkannt haben, mehr in Nachhaltigkeit zu investieren und

damit einen Top-down-Effekt lostreten, mehr Gelder im B2B-Bereich fließen, neue Lösungen entwickelt werden und für Innovationsbedarf sorgen. Gleichzeitig springen natürlich auch immer mehr „impact"-Investoren auf: Während die Branche vorher tatsächlich auf Investitionsseite sehr stiefmütterlich behandelt wurde, ändert sich das nun zunehmend und wir merken, dass das Interesse immer mehr steigt.

Was bekommen Start-ups im SET Hub geboten?

Pia: Der SET Hub setzt sich aus drei Modulen zusammen: SET Academy, SET Mentoring und SET Network. Jedes der drei Module hat das Ziel, Start-ups und Gründerinnen und Gründern in unterschiedlichen Phasen mit einem breiten Angebot zur Seite zu stehen: Die SET Academy ist ein zweitägiger Workshop in mehreren deutschen Städten, bei dem es darum geht, generell den regulatorischen Rahmen und den Energiemarkt leicht verständlich darzustellen.

Energien etc. Diese extrem kompakte Fachkompetenz in der SET Academy oder im dreimonatigen SET Mentoring kostenlos angeboten zu bekommen, ist eine einmalige Offerte, die einen sehr großen Vorteil beim Einstieg in die Branche bietet. Gerade in dem hoch dynamischen Umfeld, das die Energiebranche ausmacht, ist es unerlässlich, bereits zu Beginn ein nachhaltiges Konzept zu entwickeln, um auch in fünf bis zehn Jahren noch auf dem Markt zu sein. Dabei können und wollen wir Start-ups unterstützen.

Was sind die weiteren Planungen im SET Hub?

Pia: Im kommenden Jahr werden wir unsere Website weiter ausbauen und umfassender Informationen anbieten. Und ein Projekt, das wir auf jeden Fall angehen werden, ist ein Podcast, bei dem wir die relevantesten Themen der Branche diskutieren und Gründerinnen und Gründern wichtige Ratschläge für einen erfolgreichen Start geben können.

„Ich glaube, dass die Attraktivität der Branche für Gründerinnen und Gründer in den letzten Jahren stark zugenommen hat."

Das Programm richtet sich sowohl an Gründerinnen und Gründer als auch an Start-ups, die entweder bereits im Energiemarkt sind oder eine Ausrichtung auf die Energiebranche anstreben.

Für Start-ups, die bereits etwas länger im Markt sind, bieten wir SET Mentoring an: Jedes Jahr können sich Start-ups auf insgesamt zwölf Plätze bewerben. Im Mentoring bekommen die Start-ups in einem dreimonatigen Programm direkte Beratung durch Expertinnen und Experten der dena.

Begleitend zu den beiden anderen Modulen ist das SET Network, bei dem wir Start-ups mit unterschiedlichen Kontakten und weiteren Expertinnen und Experten aus dem Start-up-Ökosystem und der Energie- und Digitalwirtschaft in Verbindung bringen, damit sie ein breites Netzwerk aufbauen können.

Wie kann der SET Hub dazu beitragen, Start-ups perspektivisch wirtschaftlich erfolgreicher zu machen?

Philipp: Grundsätzlich ist es in der Energiebranche sehr wichtig, dass Start-ups sich schon sehr früh mit regulatorischen Herausforderungen auseinandersetzen. Gerade vor dem Hintergrund, dass im Energiesystem die Versorgungssicherheit ganz oben steht, ist es sehr wichtig, als Unternehmen die Komplexität des Systems gut zu verstehen und zu überblicken, um bereits zu Beginn ein nachhaltiges Konzept zu entwickeln. Wir als dena bündeln ein sehr hohes Wissen zusammen mit unseren Partnern aus den verschiedenen Bereichen der Branche, wie beispielsweise Digitalisierung, Gesetzgebung, Versorgungssicherheit, erneuerbare

Philipp: Sowohl im Mentoring als auch in der Academy ist das Fazit für das Jahr sehr positiv ausgefallen. Wir haben sehr viele Start-ups aufgenommen, die sehr engagiert mit uns gearbeitet haben und neue Ziele haben erreichen können. Daher wollen wir auch im kommenden Jahr möglichst viele motivierte junge Unternehmerinnen und Unternehmer unterstützen und begeistern. Grundsätzlich werden wir überprüfen, inwieweit der „Regenschirm", den wir aufspannen, groß genug ist oder ob wir unser Angebot mit Blick auf den Ansatz der integrierten Energiewende noch weiter ausbauen werden.

→ **Miriam Cremer, dena**

Pia Dorfinger ist Teamleiterin Start-ups und Innovation, Philipp Richard Leiter Digitale Technologien und Netzwerke bei der dena.

Sie wollen das SET Hub Team näher kennenlernen? Mehr auf Seite 23.

In der Regulatorik liegt auch eine Chance

Der Energiemarkt-Experte Fabian Reetz berät Gründerinnen und Gründer in der SET Academy zu regulatorischen und anderen Fragen. Dabei spricht er auch aus eigener Erfahrung: Reetz gründet selbst derzeit ein Start-up.

Für den grundlegenden Umbau der Energieversorgung brauchen wir Innovationen.

Und die kommen in der Regel nicht aus den etablierten Unternehmen.

Fabian Reetz , everyone energy

Mit welchen regulatorischen Themen kommen die Gründerinnen und Gründer in der SET Academy auf dich zu?

Die Bandbreite ist groß, schon allein weil die Start-ups unterschiedlich weit sind. Wer schon etwas länger am Markt ist, hat meist ziemlich konkrete Fragen. Bei ganz frischen Gründungen geht es dagegen eher darum, welche regulatorischen Themen für sie überhaupt relevant sind. Dabei kommt es bei den Treffen oft auch zu einem sehr produktiven Austausch der Teilnehmenden untereinander.

Hast du den Eindruck, dass die Gründerinnen und Gründer den regulatorischen Aufwand richtig einschätzen?

Allen Teilnehmern der SET Academy ist bewusst, dass die Regulatorik ein anspruchsvolles Thema ist. Die Komplexität des rechtlichen Rahmens ermuntert nicht gerade, sich damit zu beschäftigen. Da sind die Treffen aber eine große Chance: Wir zeigen den Teilnehmern, dass man die energierechtlichen Aufgaben gut in den Griff bekommen kann. Viele haben mit der SET Academy bei diesem Thema einen Sprung gemacht, da sind schon einige Knoten geplatzt.

Wie können Gründerinnen und Gründer hier konkret vorgehen?

Die meisten Gründerinnen und Gründer arbeiten mit einem Standardgerüst, dem Business Model Canvas, das ihnen hilft, alle Facetten ihres Geschäftsmodells im Blick zu behalten. Da geht es um Fragen wie: Welche Partner brauche ich, welche Zulieferer, welche Mitarbeiter? Teil dieser Bestandsaufnahme sollte auch ein regulatorischer Check sein. Welche Gesetze, Verordnungen und Standards sind für mich überhaupt relevant? Wer das einmal für sich beantwortet hat, weiß, welche rechtlichen Themen er oder sie im Blick behalten muss – und welche ignoriert werden können. Das reduziert die Komplexität des Themas erheblich. Und es gibt Gründerinnen und Gründern ein Gefühl dafür, welche Ressourcen sie für die rechtlichen Aufgaben benötigen.

Manche Gründerinnen und Gründer beklagen, dass sich der regulatorische Rahmen laufend ändert. Liegt darin aber nicht auch eine Chance für Start-ups?

Absolut! Mit der Weiterentwicklung der Regulatorik entstehen laufend neue Spielräume für innovative Geschäftsmodelle. Besonders viel Potenzial sehe ich dabei im Clean Energy Package der EU: Vor allem mit den Richtlinien zum Energiebinnenmarkt und zu den erneuerbaren Energien eröffnen sich Gründerinnen und Gründern unzählige Chancen. Allerdings muss die Politik bei der Umsetzung der Richtlinien in nationales Recht unbedingt vermeiden, Unternehmen durch eine übermäßige Komplexität der Gesetze und Verordnungen Steine in den Weg zu legen.

Mit „everyone energy“ gründen Sie derzeit selbst ein Start-up. Wie gehen Sie das Thema Regulatorik an?

Mir hilft es z. B. sehr, immer mal wieder das Energiesystem als Ganzes in den Blick zu nehmen: Wie funktioniert es, welche Märkte gibt es, welche Mechanismen liegen ihnen zugrunde? Das macht es mir einfacher, regulatorische Themen verstehen und einordnen zu können. Zudem habe ich mir angewöhnt, viele Fragen zu stellen, auch vermeintlich dumme. Dafür nutze ich gerne Twitter. Wenn ich bei einem rechtlichen Punkt nicht weiterkomme, poste ich dazu eine Frage. Die Energiewende-Community gibt in der Regel sehr bereitwillig und kompetent Auskunft. Und noch ein Punkt, der meiner Erfahrung nach in der Gründungsphase generell sehr wichtig ist: Ich denke lösungsorientiert. Ich suche nicht nach einem Problem für eine Lösung, sondern eine Lösung für ein Problem.

Ist Deutschland überhaupt ein gutes Pflaster für Gründungen im Energiebereich?

Auf jeden Fall! Es gibt zahlreiche Förderprogramme, Wettbewerbe und Beratungsangebote – Gründerinnen und Gründer bekommen hierzulande enorm viel Unterstützung. Und was die anspruchsvolle Regulatorik betrifft, liegt darin mit Blick auf die Internationalisierung sogar ein Vorteil: Wer sein Produkt, seine Leistung in Deutschland erfolgreich herausbringt, hat es in Ländern mit weniger regulierten Märkten umso leichter.

Warum braucht es den SET Hub, wenn es bereits so viele Beratungsangebote für Gründerinnen und Gründer gibt?

Weil meines Wissens nirgendwo anders so fokussiert energiespezifisches Fach- und Branchenwissen an Gründer vermittelt wird wie im SET Hub. Das ist wirklich einzigartig. Und dazu kommt, dass der SET Hub als Kommunikationskanal auch in die andere Richtung funktioniert: Wenn gleich mehrere Start-ups durch eine bestimmte regulatorische Regelung behindert werden, findet diese Information über die dena den Weg in die Politik. Für die weitere Gestaltung des rechtlichen Rahmens ist dieser Rückkanal sehr wichtig.

Warum sind Gründerinnen und Gründer für die Energiewende unverzichtbar?

Für den grundlegenden Umbau der Energieversorgung brauchen wir Innovationen. Und die kommen in der Regel nicht aus den etablierten Unternehmen. Die meisten Platzhirsche fühlen sich schließlich mit dem Status quo sehr wohl. Frische Ideen und mutige Konzepte sind von ihnen nicht unbedingt zu erwarten. Die Anstöße müssen also von außen kommen – von Start-ups. Wobei manche Konzerne natürlich erkannt haben, dass sie profitieren, wenn sie den Wandel im Energiemarkt aktiv mitgestalten. Einige haben deshalb Start-up-Programme eingerichtet, um die nötige Innovationskraft, Flexibilität und Kreativität ins Unternehmen zu holen.

Drei Gründe,

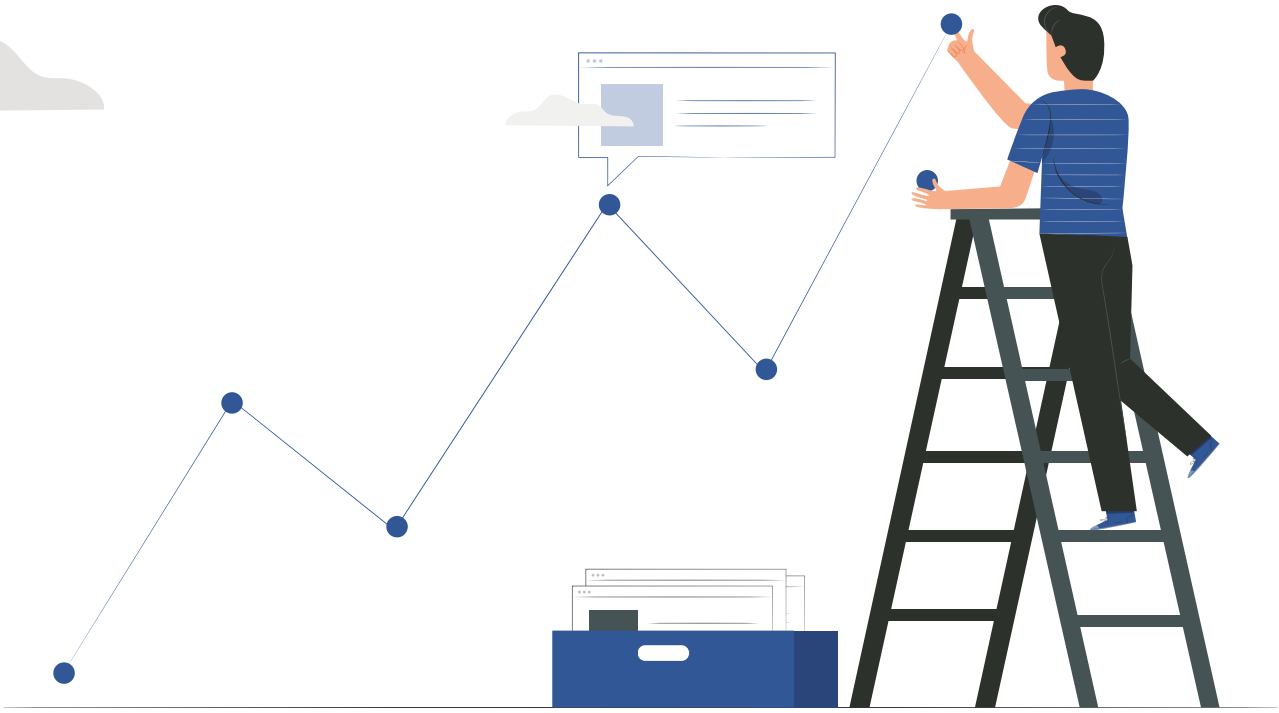
warum es lohnt, ein Energiewende-Start-up zu gründen, Fabian Reetz?

1. Was kann es Schöneres geben als dazu beizutragen, dass unser Planet bewohnbar bleibt? Ich engagiere mich für die Energiewende, weil ich den Klimaschutz vorantreiben möchte – damit ich meiner Verantwortung meinen Kindern gegenüber gerecht werden kann.

2. Unter den Energiewende-Start-ups herrscht ein toller Gemeinschaftsgeist. Man spürt: Wir ziehen hier letztlich alle am gleichen Strang. Auch Neulinge werden mit offenen Armen empfangen.

3. Es wird niemals langweilig! Die Vielschichtigkeit des Energiemarktes und, ja, auch die regulatorische Komplexität sorgen dafür, dass man immer wieder neu gefordert wird. Das macht es enorm spannend.

→ **Ralph Diermann**



Know your customer!

Start-ups haben im SET Mentoring eine steile Lernkurve

Ein radikaler Umbau des Energiesystems, wie er zur Erreichung von Klimazielen notwendig ist, braucht neue, unkonventionelle Technologien und Geschäftsideen. Trotzdem ist es für Start-ups nicht leicht, in der Energiewirtschaft Fuß zu fassen: Der Markt ist nicht nur komplex, sondern auch stark reguliert, was Investoren abschreckt und Start-ups den Zugang zu notwendigem Risikokapital erschwert. Gleichzeitig sind – insbesondere im B2B-Bereich – Know-how und Kontakte in die Branche erforderlich, um Produkte oder Services erfolgreich in einem Markt mit vielen Playern zu platzieren. An diesen und weiteren Herausforderungen setzte das im Juli gestartete SET Mentoring an.

Nachdem die dena in Partnerschaft mit der Technologieberatung umlaut in den vergangenen Monaten zwölf Erfolg versprechende Energie-Start-ups kennenlernen und unterstützen durfte, lässt sich ein erstes Fazit aus dem SET Mentoring Jahr 2020 ziehen: An pfiffigen Ideen und revolutionären Gedanken zur Gestaltung des Energiesystems der Zukunft mangelt es nicht. Auch technisches und regulatorisches Know-how können die Gründungsteams bereits vorweisen. Ebenso wichtig, aber häufig bei den Gründerinnen und Gründern noch etwas weniger stark ausgeprägt, ist das unternehmerische Handwerkszeug: Insbesondere wenn es darum geht, den Markt und die Zielgruppe zu beschreiben, Kundenbindungen aufzubauen und durch gezielten Vertrieb Umsätze zu erzeugen, stehen viele Start-ups noch vor fundamentalen Herausforderungen.

Deshalb folgen hier nun aus umlaut-Sicht die wichtigsten drei Handlungsfelder, bei denen die Start-ups im Rahmen des SET Mentoring eine steile Lernkurve durchlaufen:

1) Eine präzise Problembeschreibung als Basis für das Geschäftsmodell.

Für den Verkauf von Produkten oder Services muss der Mehrwert für den Käufer ersichtlich sein. Dies ist der Fall, wenn ein Bedürfnis befriedigt bzw. ein

Problem gelöst wird. Wer dieses Problem nicht präzise beschreiben kann, kann auch keine Lösung dafür verkaufen – erst recht nicht an Kunden, die ihr eigenes Problem bisher ignorieren oder gar nicht wahrnehmen. Zur Konkretisierung des Problems im Rahmen eines sogenannten „Problem Statements" helfen beispielsweise folgende Leitfragen:

- **Das Marktpotenzial:** Wie groß ist das Problem wirklich? Wie viele Personen bzw. Unternehmen sind davon in welchem Ausmaß betroffen?
- **Die Zielgruppe:** Wer genau hat dieses Problem? Welche Unternehmen bzw. Organisationen und – konkret – welche Personen innerhalb dieser Organisationen sind die möglichen Käufer? Welche Funktion haben diese Personen?
- **Der Wettbewerb:** Wie gehen die möglichen Käufer aktuell mit ihrem Problem um? Wie wird das Problem bisher gelöst? Wie ist der Wettbewerb zur potenziellen neuen Lösung?

Erst, wenn ein solches detailliertes Problem Statement vorliegt, sollten darauf aufbauend die Wirkzusammenhänge eines Geschäftsmodells z. B. mithilfe eines Business Model Canvas erarbeitet werden.

2) Eine aktive Community als Basis für Vertrieb und Produktmanagement.

Für eine ausführliche Zielkundenanalyse sollten nicht nur vorhandene Daten und Fakten verwendet, sondern auch direkter Kontakt zu möglichen Käufern gesucht werden. Das Aufbauen von Kundenbeziehungen und „Business-Freundschaften" mag Zeit brauchen und führt oft nicht unmittelbar zu Umsätzen, kann sich aber trotzdem lohnen: Zu Beginn ist es wichtig, bekannt zu werden und eine aktive Community aller Menschen aufzubauen, die sich für die Themen des Start-ups interessieren und darüber sprechen. Dazu zählen nicht nur (mögliche) zahlende Kunden, sondern auch Fans, Nutzer, Partner, Lieferanten sowie das aktuelle und gegebenenfalls ehemalige Team. Diese Community bietet dem Start-up einen Zugang zu Markt- bzw. Kundenanforderungen und sollte genutzt werden, um kontinuierlich Feedback einzuholen, das in die weitere Produktentwicklung einfließen kann. Im Vordergrund stehen dabei nicht der Vertriebsgedanke und das eigene Produkt, sondern das tiefer gehende Verständnis für die Kundenbedürfnisse und deren Entwicklung. Für diese Aufgabe muss man sich selbst zurücknehmen, sich auf sein Gegenüber einlassen und wirklich zuhören – was teils eine echte Herausforderung für junge, technikbegeisterte Gründerinnen und Gründer ist.

Ein kontinuierlicher Austausch mit dieser Community kann außerdem als indirekter Vertriebskanal dienen, wodurch Vertriebsaufwände reduziert werden können. Bei hinreichender Bekanntheit kann dann beispielsweise auch ein Wechsel vom anfänglichen Projekt- und Beratungsgeschäft hin zu einem Plattform- oder Software-as-a-Service-Geschäftsmodell erfolgen. Damit können wiederum Umsätze deutlich stärker skaliert werden, und das bei nur minimal ansteigenden Kosten.

3) Fokus auf kontinuierliche Einnahmen als Basis für Liquidität.

In sozialen Medien, wo regelmäßig Erfolgsgeschichten von Start-ups geteilt werden, denen der Markteintritt bereits gelungen ist, wirken die Marktdurchdringung und die Skalierung auf Millionenumsätze oft relativ einfach. Deshalb erwarten insbesondere junge Gründerinnen und Gründer leider häufig, dass sich Erfolg und Profitabilität nach wenigen Jahren von selbst einstellen.

Doch die Realität sieht anders aus: Typischerweise benötigen Start-ups mindestens fünf Jahre, um aus den roten Zahlen herauszukommen. Diese Zeit – oft verbunden mit viel Arbeit, finanziellen Engpässen und gesunkenem Lebensstandard – wird in den sozialen Medien selten gezeigt. Und: Neben Hartnäckigkeit und Geduld braucht es für eine erfolgreiche Gründung auch die Fähigkeit, Aufgaben zu priorisieren und nach dem Motto „Cash is King" den Fokus auf die Tätigkeiten zu legen, die Liquidität schaffen bzw. sicherstellen.

Das bedeutet: Auch wenn zu Beginn oft das Einwerben von Fördergeldern im Vordergrund steht, müssen so früh wie möglich auch kontinuierliche Einnahmequellen durch zahlende Kunden generiert werden. Hierauf sollten alle Ressourcen fokussiert werden und nach dem Ansatz „Sell first, produce after" erst mit Produktoptimierungen und/oder Produktionsprozessen gestartet werden, wenn die Bezahlung dafür gesichert ist. Auf der Kostenseite empfiehlt es sich, alle Fixkosten in variable Kosten umzuwandeln und große Kapitalausgaben zu vermeiden oder auf einen Post-Corona-Wirtschaftsaufschwung zu verschieben.

→ **Dr. Thomas Nicoleit,** Senior Management Consultant, Technologieberatung umlaut energy

„Man wird beim eigenen Geschäftsmodell betriebsblind“

Interview mit Christopher Dörner, PipePredict

Am Anfang standen viele Fragen: Das Start-up PipePredict hat 2020 das SET Mentoring absolviert. Co-Founder Christopher Dörner hat uns im Interview berichtet, wie dies die Gründungsreise des Unternehmens beeinflusst hat.

Erkläre doch mal kurz im Elevator Pitch: Was macht ihr bei PipePredict?

Christopher: PipePredict sorgt für zuverlässige und energieeffiziente Rohrnetze. Jedes Jahr geht Wasser im Wert von 173 Milliarden Euro durch Leckagen und Rohrbrüche verloren. Das Problem der Leckagen haben nicht nur Wasserversorger, sondern z. B. auch Fernwärmedienstleister. Aktuell ist das Orten, wo die Leckage besteht, sehr aufwendig und es können keine Aussagen dazu getroffen werden, wo sie in Zukunft entstehen wird. Wir haben dafür eine digitale Lösung entwickelt: mithilfe von Sensordaten können wir durch Auswertung von Machine-Learning-Algorithmen und Künstlicher Intelligenz, verknüpft mit einem digitalen Zwilling, Leckagen genau lokalisieren. Wir können den Echtzeitzustand anzeigen, entsprechend Warnungen herausgeben und in Zukunft auch vorhersagen, wann und wo es zu einem Rohrbruch kommen wird.

An welcher Stelle eurer Reise als Start-up habt ihr euch für das Mentoring beworben?

Wir hatten bis dahin für echte Wasserdaten einen Proof of Concept im Labor entwickelt und konnten in einem Fernwärme-Pilotprojekt mit einem französischen Kunden unseren Proof of Concept in der Realität nachweisen. Wir wollten aber insgesamt mindestens drei Pilotprojekte pro Industrie machen, damit wir sehen, ob es z. B. regionale und technologische Unterschiede gibt. Zum Bewerbungszeitpunkt hatten wir in Deutschland noch kein Pilotprojekt und wollten mehr über den Markt in Deutschland, über Regulatorik und Eintrittshürden wissen. Daher war für uns das SET Mentoring zu dem Zeitpunkt sehr relevant.

Was waren damals eure Beweggründe? Was war euer größter „Pain Point“ zu Beginn des Mentorings?
Der Pain Point war, dass wir über den deutschen Markt noch nicht viel wussten. Wir hatten Marktstudien gelesen, wollten aber vor allem zum Thema Regulatorik Feedback bekommen.

Wovon habt ihr am meisten profitiert?

Das ist gar nicht so leicht zu beantworten – es waren unterschiedliche Dinge. Einerseits waren wir gar nicht davon ausgegangen, dass wir auch betriebswirtschaftlich Unterstützung bei unserem Business Model und Finanzplan erhalten. Es war super, dazu eine Außenperspektive zu bekommen. Man wird in Bezug auf sein eigenes Geschäftsmodell ja etwas betriebsblind, daher war das gut. Der größte Mehrwert war bei uns aber die Unterstützung im Bereich Marktdaten. Fernwärme ist ja eher eine Nische und unser Mentor hat uns sehr gute Informationen zur Verfügung gestellt und wichtige Kontakte hergestellt. Wir haben außerdem alle wichtigen Regularien unter die Lupe genommen. Wir sind happy mit dem Ergebnis – wir hatten vorher keine Markteinblicke und hätten in Bezug auf die Gesetzgebung sonst auch gar nicht gewusst, an wen wir uns hätten wenden sollen.

Was war eure Motivation dafür, im Energiesektor zu gründen?

Wir wollten ursprünglich gar nicht im Energiemarkt gründen, sondern in der Überwachung von Wassernetzen. Durch eine Marktanalyse hat sich jedoch rausgestellt, dass wir das Business Model und unsere Technologie auch auf Fernwärme anwenden konnten und es sogar noch relevanter dafür ist. Wir wollten anfangs die Rohrnetze nachhaltiger und zuverlässiger gestalten, an Energieeffizienz hatten wir zu Beginn noch gar nicht gedacht. Dieses Thema wurde dann durch die Fernwärme interessant – die Steigerung der Energieeffizienz ist in dem Bereich immens. Da haben wir gesehen, dass wir in Bezug auf Nachhaltigkeit etwas bewegen können. Ich glaube, das geht auch anderen Start-ups so – ein Beitrag zu einer grüneren Energieversorgung ist in jedem Fall ein Motivator.

Das Team von PipePredict: Christopher Dörner, Valerie Fehst, Tri-Duc Nghiem (v. l. n. r.).

Glaubst du, dass der Energiemarkt auf einige Gründerinnen und Gründer eher abschreckend wirkt?

Ich glaube, viele sind von der Marktmacht der großen Unternehmen abgeschreckt. Wenn man etwas entwickeln will, muss man mit den großen Playern zusammenarbeiten. Weiterhin ist der Energiemarkt natürlich auch ein regulierter Markt und ein Endkundenprodukt ist sicherlich flexibler zu entwickeln und leichter anzubieten. Ich muss allerdings sagen, dass sich diese Vorbehalte für uns nicht bewahrheitet haben. Wir haben mit den großen Unternehmen absolut positive Erfahrungen gemacht und viel Offenheit für Innovation wahrgenommen. Und was die Regulatorik betrifft: Wir haben noch nicht alle Unklarheiten ausgeräumt, sind diesem Ziel aber entscheidend nähergekommen. Man muss sich etwas einarbeiten – und da hat uns die dena sehr geholfen.

Wo steht ihr aktuell, nachdem ihr das Mentoring abgeschlossen habt?

Ich denke, über 70 bis 80 Prozent unserer vorherigen „blind spots“ haben wir inzwischen Klarheit. Vor dem Mentoring lagen wir bei ungefähr 10 Prozent Klarheit. Für die fehlenden 20 bis 30 Prozent tun wir aktuell auch noch einiges, wir machen z. B. Marktbefragungen. Wir haben inzwischen ein Fernwärme-Pilotprojekt in Deutschland und insgesamt einen viel besseren Überblick, welche Dienstleister an unserer Lösung interessiert sind.

Was würdet ihr anderen Gründerinnen und Gründern im Energiebereich empfehlen?

Mit dem Markt beschäftigen und Kundenfeedback einholen. Und an gegebener Stelle Unterstützung suchen: Wir haben auch das SET Mentoring schon weiterempfohlen.

→ **Janina Mengelkamp, dena**

Fernwärme

1.400 Fernwärmenetze gibt es in Deutschland mit einer Gesamtlänge von mehr als 19.000 Kilometern und insgesamt 453 Betreibern.

Schweizer Taschenmesser im Regularien-Dschungel:

Das individuelle Beratungsprogramm **SET Mentoring**

Zwölf Start-ups haben 2020 das SET Mentoring absolviert. Zwölf individuelle Gründungsreisen, Geschäftsmodelle und Teams aus jungen Visionären, die entschlossen an einem Ziel arbeiten: einen Beitrag zur nachhaltigen Transformation des Energiesystems zu leisten.

„Ich genieße es, im Mentoring einmal etwas auszubrechen aus dem klassischen Tagesgeschäft und Start-ups mit neuen, innovativen Ideen zu unterstützen."

Lisa Kratochwill ist selbst erst 25 Jahre jung, aber schon eine Expertin in ihrem Feld: Die Digitalisierung des Energiesystems, insbesondere die Künstliche Intelligenz, sind das Fachgebiet der Wirtschaftsingenieurin in der dena. Im SET Mentoring hat sie das Start-up CrowdSpace über drei Monate intensiv begleitet:

„Zu sehen, dass man dem Start-up wirklich helfen kann, auch wenn teilweise schon sehr erfahrene Leute daran beteiligt sind, ist sehr erfüllend."

Das SET Mentoring

Start-ups spielen eine wichtige Rolle für die Energiewende, indem sie Agilität in den Innovationsprozess und ihre ausgeprägten digitalen Kompetenzen in Kooperationen mit etablierten Unternehmen der Energiewirtschaft einbringen. Das SET Mentoring ist das individuelle Förderangebot für Start-ups, deren Geschäftsmodelle besonders vielversprechend mit Blick auf die klima- und energiepolitischen Ziele sind. Dabei wird das individuelle Potenzial der Start-ups genauer analysiert, um maßgeschneiderte Unterstützung bezüglich möglicher regulatorischer Hürden anbieten zu können. Gemeinsam mit den Gründerinnen und Gründern werden Lösungsansätze für die Problemstellungen und Herausforderungen eruiert und entsprechend fachliche Expertise durch die dena angeboten. Zusätzlich werden mit dem betriebswirtschaftlichen Know-how der Technologieberatung „umlaut energy" die Geschäftsmodelle genauer unter die Lupe genommen: „Die Zusammenarbeit zwischen dena, umlaut energy und dem Start-up habe ich als symbiotisch wahrgenommen: Jeder bringt seine Expertise ein, und gemeinsam werden die Gründerinnen und Gründer dabei unterstützt, ihr Geschäftsmodell in einem komplexen System möglichst nachhaltig zu gestalten", so Lisa Kratochwill.

Start-ups treiben Energiewende voran

Rund 300 Start-ups umfasst die Datenbank der dena, von Energiedienstleistungen über Mobilität bis zur Wasserstoffproduktion sind die Geschäftsfelder der Start-ups vielfältig. Start-ups in der Energiebranche sind in vielen Bereichen des Wertschöpfungsnetzwerks vertreten und können mit ihren innovativen Geschäftsmodellen zu den energie-, klima- und umweltpolitischen Zielen des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi) ihren Beitrag leisten und dadurch die Transformation des Energiesystems vorantreiben. „Ich finde es beeindruckend, mit welcher Entschlossenheit und welchem Einsatz bereits junge Gründende ihre Vision vorantreiben. Es ist inspirierend und überrascht mich positiv, wenn junge Menschen ihre gesamte Zeit in die Erarbeitung von Lösungen für das Problem Klimawandel investieren. Die Überzeugung, an etwas Positivem zu arbeiten, versetzt anscheinend Berge", so das Resümee von Moritz Robers, der bei der dena als Seniorexperte Erneuerbare Energien tätig ist und das Start-up Voltfang im Mentoring begleitet.

out of the box

Realitätscheck im Innovationsprozess

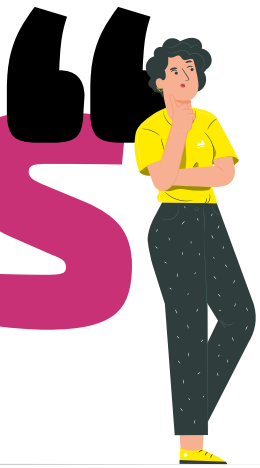
Das „out of the box"-Denken von Start-ups ist es, was bei der Gestaltung der nachhaltigen Energiewende so gefragt ist. Smarte Ideen einbringen, Visionen entwickeln, schnell und agil sein. Im regulierten Energiemarkt gehört im Mentoring auch ein Realitätscheck zu den Aufgaben der Mentorinnen und Mentoren. Armin Kühn, Teamleiter Energieeffizienz bei der dena, empfand diesen Prozess im Mentoring als sehr spannend: „Ein innovativer Ansatz und viele gute Ideen prallten auf bestehende konservative Märkte. Das gemeinsame Reflektieren und Hinterfragen des Geschäftsmodells und Produktnutzens hat etwas Neues entstehen lassen. Am Ende bestand Klarheit in Bezug auf das Vorgehen und die Priorisierung des Geschäftsmodells."

Das Schweizer Taschenmesser

Zwölf Start-ups haben den Mentoring-Prozess im Corona-Jahr 2020 absolviert. Unter diesen besonderen Umständen teilweise nur digital möglich, war der Draht zu den Gründerinnen und Gründern trotzdem immer eng: „Wir versuchen auf individuelle regulatorische Problemstellungen einzugehen, Antworten auf Fragen zur Gesetzgebung zu finden, Kontakte herzustellen und challengen auch mal das Geschäftsmodell", so Linda Babilon, die bei der dena Expertin für Digitalisierung und Energiesysteme ist und das Programm SET Mentoring federführend mitentwickelt hat. So ist das SET Mentoring vor allem eins: ein Schweizer Taschenmesser für Energie-Start-ups.

→ **Janina Mengelkamp, dena**

„HOT TOPICS“ für Start-ups



Der Beraterkreis des SET Network besteht aus Expertinnen und Experten aus Energiewirtschaft und Start-up-Ökosystem. Mit welchen Themen sollten sich Start-ups aktuell beschäftigen? Wo gibt es Chancen und Herausforderungen, wo Potenzial für neue Geschäftsmodelle? Das haben wir den SET Hub Beraterkreis gefragt und spannende Antworten erhalten.

Marc Peters, IBM Distinguished Engineer – CTO Energy, Environment & Utilities Europe, IBM Deutschland GmbH

Purpose und Impact

„In Zeiten wie diesen braucht es sicherlich mehr denn je unternehmerischen Willen und den Mut, Dinge anzugehen und zu verändern. Letztlich geht es ums Machen. Auf dem Weg hin zu mehr datengetriebenen Geschäftsmodellen dürfen wir neben den Technologien und Prozessen den erforderlichen kulturellen Wandel nicht vergessen.

Darüber hinaus sind gerade in den Innovations- und Start-up-Bereichen Open Source, offene Technologie und Cloudplattformen – und nicht zuletzt die Frage nach der Skalierung – entscheidende Faktoren für den späteren Erfolg. Themenbereiche, in denen sich in meinen Augen noch viel bewegen wird und in denen sich damit aktuell auch Chancen auftun, sind sicherlich Regionalität und Kreislaufwirtschaft, beides in Verbindung mit industrie- und branchenübergreifenden Aspekten.“

Marco Sauer, Head of Regulatory Affairs & Business Development, Theben AG

Chancen der Digitalisierung

„Der SET Hub bietet Start-ups Unterstützung bei der Entwicklung ihrer innovativen Geschäftsmodelle und Lösungen für die Energiewende. Das ist genau richtig und wichtig, denn die regulatorischen Rahmenbedingungen in diesem Umfeld sind komplex und nicht jede gute Idee ist auch in der Praxis realisierbar. Auf der anderen Seite aber sind die Chancen für innovative Lösungen enorm, gerade in dem sich stark entwickelnden Feld der Digitalisierung. Hier sind wir als Business Unit Smart Energy der Theben AG mit unserem BSI-zertifizierten Smart Meter Gateway aktiv. Dabei arbeiten wir mit vielen (jungen) Unternehmen zusammen an der Digitalisierung der Energiewende sowie an weiter gehenden, auf dem Smart Meter Gateway basierenden Anwendungen.

Ihr macht das auch und die Kopplung eures Geschäftsmodells mit der sicheren Kommunikationsplattform unseres Smart Meter Gateways macht Sinn? Dann sprecht uns an – wir freuen uns auf eure Ideen!“

Dr. Stefan Nykamp, Head of Strategic Grid Economics/Grid Fees – Innogy

Kollaboration ist essenziell

„Die großen Herausforderungen der Energiewende mit neuen technischen Ansätzen, neuen Geschäftsmodellen, neuen Denkweisen angehen. Und dabei Buzzwords mit Leben füllen – Start-ups sollten agil, erfinderisch, schnell und ‚kulturell anders' sein. Gute Start-ups sind effektiv. Etablierte Unternehmen verstehen Märkte und Wettbewerb dagegen meist besser, gewinnen langsamer, aber dann mit Wucht an Geschwindigkeit – sie sind effizient. Der Schlüssel für Erfolg heißt hier Kollaboration. So gewinnen beide und am Ende vor allem die Kunden, deren (vielleicht vorher auch noch gar nicht bekannte) Bedürfnisse bedient werden.

Neben vielen Themenbereichen der Digitalisierung in Energiesystemen liegt mit Blick auf die Umsetzung der Energiewende ein langweilig anmutendes, aber riesiges Geschäftsfeld weiter brach – der Wärmesektor im Bestand. Gerade hier nehme ich kaum Start-ups wahr – das wäre doch ein perfektes Hot Topic."

Martin Richter, Energie und Smart Infrastructure Coach beim SpinLab – The HHL Accelerator

Gründerszene trotz Corona optimistisch

„Insgesamt scheint die Gründerszene in der Corona-Pandemie bislang glimpflich davongekommen zu sein, auch wenn es anfangs nicht danach aussah. Derzeit ist es jedoch noch nicht absehbar, wie viele junge Unternehmen im Verlauf des nächsten Jahres überleben werden. Die übergreifenden staatlichen Hilfen scheinen aber tatsächlich eine sehr große unterstützende Wirkung zu haben, die Stimmung ist überwiegend optimistisch, auch Investoren sind tendenziell zuversichtlich. Die Pandemie hat letztlich auch Trends beschleunigt, wie das Voranschreiten von Digitalisierungslösungen in allen Branchen – auch Nachzügler haben den Bedarf endlich erkannt. Ein Trendthema, das gerade viel nachgefragt wird, sind Pyrolyseverfahren unter der Nutzung von regenerativer Energie, insbesondere im Zusammenhang mit der Dekarbonisierung und Nutzung von biologischen Wertstoffen aus Abfällen zur Herstellung von u. a. Wasserstoff und zur Auskopplung von Wärme."

Carsten Raven, Business Development/Innovation Strategy Connected Home – EnBW

Große Chance für Start-ups in der Wärmeerzeugung

„Die Energiewende im Gebäudebereich benötigt einen holistischen Ansatz über alle Gewerke. Das bedeutet, dass dezentrale Energieerzeugung und -speicherung, E-Mobilität, Gebäudewärme und energetische Sanierungen der Gebäudehülle zusammen betrachtet werden müssen. Nur so können wir die Klimaziele erreichen. Der Markt ist in einer spannenden Phase des Umbruchs. Start-ups haben jetzt die Chance, sich mit neuen digitalen und kundenorientierten Geschäftsmodellen zur Wärmeerzeugung aus erneuerbaren Energien hervorzutun und sich auch gegen etablierte Player durchzusetzen."

Kristofer Fichtner, Co-Founder/CTO – Ecoworks

Im Bereich Bestandsgebäude braucht es Innovationen

„Die EU-Kommission hat vor Kurzem die ersten Konzepte zur ‚Renovation Wave' bereitgestellt. Sie macht klar, dass beim Energieverbrauch und bei den CO_2-Emissionen von Bestandsgebäuden endlich mehr passieren muss, und verbindet dieses auch mit einem möglichen Jobmotor zur Abmilderung der Folgen der Corona-Pandemie. Natürlich ist es von diesem Konzept noch ein weiter Weg bis zur nationalen Gesetzgebung der Mitgliedstaaten, aber die Marschrichtung ist vorgegeben: Wir werden in den nächsten Jahren unseren Gebäudebestand sehr grundlegend verändern müssen.

Innovationen in Hard- und Software sowie Prozessen sind hier genau so gefragt wie effiziente Regulierung. Und bei diesen weitreichenden anstehenden Anpassungen können kleine, agile Unternehmen oft entscheidend zügiger reagieren als etablierte Konzerne mit Legacy und dem Hang zum Bewahren des Bestandsgeschäftes. Ich sehe hier gute Chancen für Start-ups und unsere Umwelt!"

Oleg Spyridonov, Business Development Manager – GWAdriga

Chancen bei digitalen Mehrwertdiensten

„Die Digitalisierung der Energiewirtschaft: Mit dem Beginn des Smart-Meter-Rollouts werden nun auch zunehmend die Endkunden als aktive Teilnehmer in den Energiemarkt einbezogen. Nicht nur die Infrastruktur ist im Wandel von analog zu digital. Auch die Bedürfnisse der Kunden ändern sich, der Wunsch nach ‚smarten' und vernetzten Produkten und Dienstleistungen nimmt immer mehr zu. Der Bedarf an Bereitstellung von digitalen Mehrwertdiensten für Endkunden, auf Basis der Energiedaten, ergibt Chancen und Möglichkeiten für neue Geschäftsmodelle, die zur Kundenbindung sowie Akquise von Neukunden beitragen.

Die Sicherstellung der Interoperabilität der Hardware durch Implementierung digitaler Lösungen sowie die branchenübergreifende Anwendung der neuen Messtechnik, für die Steuer- und Schaltprozesse, das Submetering oder die E-Mobilität, forcieren die Weiterentwicklung von innovativen und skalierbaren Lösungen."

Dr. Ana Trbovich, Co-Founder, Grid Singularity und Energy Web Foundation

Digitale Geschäftsmodelle als Basis für Energy Communities

„Die Energiewende macht nachhaltige Energy Communities, in denen individuelle Personen aktiv Ressourcen austauschen können, erforderlich. Hier können neue Geschäftsmodelle auf Basis von IoT, Blockchain und Künstlicher Intelligenz Lösungen für lokale Strommärkte entwickeln, indem sie einen digitalen Marktmechanismus kreieren, der dezentrale Energiequellen und Wahlmöglichkeiten für Verbraucher optimiert."

Fabian Sacharowitz, Investment Director DACH, InnoEnergy

Cleantech und Elektromobilität

„Wir brauchen noch viele technische Innovationen im Bereich Cleantech und Elektromobilität, um die ambitionierten Pariser Klimaziele doch noch erreichen zu können. Die IEA identifiziert in ihrem Innovation Gaps Report über 100 Innovationslücken in 45 Sektoren (www.iea.org/reports/innovation-gaps). Die Politik hat zunehmend erkannt, dass schnell und konsequent gehandelt werden muss; der Green Deal der Europäischen Union ist hier nur ein Beispiel.

Am wichtigsten aber ist, dass sich das Kundenverhalten deutlich hin zu mehr Klimabewusstsein ändert. Damit sind die Chancen für Geschäftsmodelle im Bereich Cleantech und Elektromobilität so gut wie nie zuvor. Allerdings darf darüber nicht vergessen werden, dass auch in diesen Bereichen der Product-Market-Fit über den Erfolg eines Geschäftsmodells entscheidet. Nicht alles, was (system-) technisch sinnvoll ist, wird auch nachgefragt. Letztlich werden technische Innovationen nur in kommerziell erfolgreichen Geschäftsmodellen einen echten Beitrag zur Energiewende leisten können."

Jochen Schwill, Geschäftsführer und Gründer, Next Kraftwerke

Mut für ein sauberes Energiesystem der Zukunft

„Ich bin überzeugt davon, dass das Energiesystem der Zukunft zu 100 Prozent sauberer, billiger und sicherer sein wird als heute. Die digitale Technologie hat große Fortschritte gemacht, datenbasierte Geschäftsmodelle sind auf dem Vormarsch und das Bewusstsein ist geschärft, dass sich etwas tun muss. Vor zehn Jahren klang ‚Virtuelles Kraftwerk' noch nach Science-Fiction, heute ist es Realität. Vor zehn Jahren hätte man müde gelächelt bei dem Gedanken, dass erneuerbare Energien bei der Stabilisierung des Stromnetzes helfen können. Heute tun sie es jeden Tag. Jetzt ist die Elektromobilität dran. Intelligentes Lademanagement, flexible Ladetarife, Netzstabilität durch E-Auto-Batterien – ich bin gespannt, was wir in den kommenden zehn Jahren an Lösungen in dem Bereich sehen werden. Ich weiß, wenn wir in Chancen denken, Mut für Neues besitzen, interdisziplinär arbeiten und an unsere Vision glauben, dann können wir einiges erreichen."

2021

is the future

Alle Informationen zum SET Hub, inklusive Terminen für die SET Academies und Bewerbungsformularen für das SET Mentoring, findet ihr unter **www.set-hub.de**

Pia Dorfinger
Teamleiterin Start-ups und Innovationen
dorfinger@dena.de

Sara Mamel
Senior Expertin Digitalisierung
mamel@dena.de

René Böhm
Seniorexperte Start-ups und Innovationen
boehm@dena.de

Linda Babilon
Expertin Digitalisierung und Energiesysteme
babilon@dena.de

Philipp Richard
Leiter Digitale Technologien und Netzwerke
richard@dena.de

Das SET Hub Team freut sich auf eure Anfragen!

Impressum

Herausgeber:
Deutsche Energie-Agentur GmbH (dena)
Chausseestraße 128 a
10115 Berlin
Tel: +49 (0)30 66 777-0
Fax: +49 (0)30 66 777-699
E-Mail: info@dena.de
Internet: www.set-hub.de
www.dena.de

Konzeption & Gestaltung:
Heimrich & Hannot GmbH

Druck:
Das Druckteam Berlin

Bildnachweis:
Titel – iStock.com/Orbon Alija
S. 04, 12 Alexander Muchnik
S. 08 shutterstock/Pop Tika
S. 09, 23 dena
S. 10 unsplash.com/Max Bender
S. 15 umlaut energy
S. 16 unsplash.com/Simon Rae
Christopher Dörner (Porträt)
S. 17 Tri-Duc Nghiem
S. 20 Marc Peters privat; Marco Sauer privat
S. 21 Dr. Stefan Nykamp privat; Erik Chemnitz;
Carsten Raven privat; Kristofer Fichtner privat
S. 22 Fotostudio Charlottenburg;
Ana Trbovich privat

Stand:
1/2021

Alle Rechte sind vorbehalten. Die Nutzung steht unter dem Zustimmungsvorbehalt der dena.

Deutsche Energie-Agentur (dena 2021)
„SET Magazin Vol. 1"

www.set-hub.de

Im Auftrag des:

Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

In Kooperation mit:

Start Up
Energy Transition
Global Innovation Platform