

Interview mit Entrepreneur Alexander Voigt

„Digitalisierung und Umbau der Energiewirtschaft werden kommen“

Studiert hat **Alexander Voigt** Physik, Mathematik und Meteorologie. Bekannt wurde er als Gründer des Solarmodulproduzenten Solon. 1998 brachte er Solon als erstes Clean-Tech-Unternehmen an die Börse. Der von ihm gegründete Batteriespeicherspezialist Younicos wurde gerade vom britischen Konzern Aggreko übernommen. Mit seinem neuesten Unternehmen Lumenion arbeitet er an der Sektorkopplung von Strom und Wärme. Im Start-up GRIPS geht es um netzunabhängige Energieversorgung von Unternehmen auf Basis erneuerbarer Hybridsysteme.



Alexander Voigt,
Foto: Jim Rakete

Energy 4.0: Was haben erfahrenere Gründer den jungen Start-ups voraus? Wo können die Jungen von den Alten lernen und umgekehrt?

Alexander Voigt: In Feldern, in denen sich nicht so viel getan hat, helfen Erfahrungen und Netzwerke. Wo sich viel verändert hat, reicht es im übertragenen Sinn nicht aus, dass man sich die Haare blond färbt. Man sollte stattdessen in jenen Bereichen, in denen man selbst gar nicht mehr mitreden kann, junge Leute einbinden. Jeder hat ja quasi seine Tanzmusik, zu der er sich gut bewegen kann. Man sollte sich aber auch von anderen etwas abschauen und von ihnen lernen.

Woher nehmen Sie Ihre Motivation für immer neue Unternehmen?

Mein Antrieb für Unternehmensneugründungen kommt aus der Erkenntnis, dass wir - wenn wir in unserem CO₂-Emissionswahnsinn nichts ändern - keine gute Zukunft vor uns haben. Gut, es gab Rio und später Kyoto. Aber de facto haben wir 30 Jahre verschlafen.

Wenn die Wirtschaft keine Möglichkeiten anbietet, das Problem der Dekarbonisierung in den Griff zu bekommen, wird es eng. Eine Lösung für das CO₂-Problem ist aber nur sinnvoll, wenn sie auch sichtbar ist. Die Menschen müssen daran glauben, dass es eine Zukunft gibt, damit sie von Altem ablassen. Die Digitalisierung und der Umbau der Wirtschaft werden kommen. Wir haben aber Angst

vor Veränderung oder Angst, dass sich nichts verändert. Probleme werden übergroß gesehen, die Chance verzerrt zu klein und die Angst bestimmt das Gespräch.

Was kann oder soll die Politik für die Energiewende tun?

Mein persönlicher Glaube ist, dass die Politik der Wirtschaft gerade ein Stück weit hinterher hinkt. Sie ist noch nicht bereit dazu, die Weichen für ein perspektivisches Marktdesign zu stellen, in dem Kohle- oder auch Gaskraftwerke aus dem Markt gedrängt werden.

Gleichzeitig bin ich sehr sicher, dass die Wirtschaft in Deutschland erkannt hat, wohin es geht und dass jetzt Entscheidungen zu treffen sind. International hat sie es ohnehin: Konzerne wie Apple, Google und Facebook haben sich in Gruppen zusammenschlossen, um möglichst schnell auf 100 Prozent Erneuerbaren-Energie zu kommen. Sie sagen sich, wenn wir keine Lösungen erzeugen, leidet später unser Geschäft.

Die Politik ist aus Angst vor dem Wähler hingegen noch nicht bereit, gewohnte Standpunkte aufzugeben. Dass die Wirtschaft Themen erkennt und diese besetzt, sieht man aktuell auch bei den großen Automobilzulieferern. Sie entwickeln schon keine neuen Verbrennungsmotoren mehr. Die Politik hat das Problem, diesen eigentlich rasanten Wandel an die Wähler zu vermitteln. Auch bei erneuerbaren Energien hat sich das Szenario durch den

kontinuierlichen Preisverfall in den vergangenen drei Jahren sehr stark geändert. Ich halte es deshalb für komplett falsch, wenn die Politik sich mit Technologien beschäftigt. Sie muss berechenbare Marktszenarien für die Teilnehmer aufbauen, denen man das Spielfeld des neuen Marktes überlassen will.

Wie passt das EEG in Ihr Konzept für ein neues Marktdesign?

Wir brauchen etwas, dass das EEG als klassischen Fördermechanismus ablöst. Man sollte das EEG nicht verteuern. Es war gut, um den Ausbau der Erneuerbaren auf 36 Prozent zu trimmen. Es wurde aber vor 30 Jahren erdacht. Für die nächste Phase brauchen wir wahrscheinlich ein anderes Instrument.

Wenn man den Klimaschutzplan der Bundesregierung ansieht, heißt das nichts anderes, als dass wir in den nächsten zehn Jahren mindestens so viele erneuerbare Energiequellen installieren müssen wie in den vergangenen 30 Jahren. Wir haben eine Gewaltanstrengung vor uns, an der viele beteiligt sind. Dazu ist ein neues Marktdesign nötig. Dafür müssen wir auch der Tatsache ins Auge schaue, dass der eigentliche Grund für diesen hochkomplizierten Aufbruch die Reduzierung der CO₂-Emissionen ist. Dafür muss man die Wärmeversorgung von Gebäuden, aber auch die der Industrie neu überdenken. Aktuell wird Prozesswärme der Industrie zu 100 Prozent mit Gas erzeugt. ▶▶

► Dieses Problem muss angegangen werden. Ein neuer Marktplatz darf sich auch nicht nur auf den Stromsektor begrenzen. Man muss Sektoren koppeln, das Thema Treibstoffe – Wasserstoff, Methan, künstliches Kerosin und Diesel – beispielsweise mit den Themen Mobilität oder Wärme.

Wie sollte ein neues Marktdesign aussehen?

Das Design des Energiemarktes basiert seit der Liberalisierung auf drei Pfeilern: Erzeugung, Netze und Stromvertrieb. Ich glaube, dass dieses Marktdesign für die erneuerbaren Energien um eine Wertschöpfungsstufe ergänzt werden muss, und zwar um Integration und Veredelung.

Momentan sammelt der Vertrieb den Bedarf aller Stromkunden ein, stimmt diesen mit den Erzeugern ab und stellt über die Netze die Versorgung sicher. Wenn ich die Erneuerbaren bis zu 100 Prozent hochfahren will, habe ich jedoch ein Angebot, das vom Wetter abhängig ist. Energie, die im Überfluss da ist, zu speichern und in andere Sektoren umzuleiten – das muss im neuen Marktdesign abgebildet werden.

Wir Deutschen sind immer gut darin, lange etwas im stillen Kämmerlein bis zu einem hohen Grad der Perfektion voranzutreiben. Der andere Ansatz, etwa im Silicon Valley, ist es, den Minimalwert eines neuen Produktes festzulegen, also das, was es zumindest können muss, und damit schon in den Markt zu gehen. Die Weiterentwicklung des Produktes erfolgt dann durch gemeinsame Erfahrungen.

Wir sind allerdings der Meinung, dass man nicht am großen Markt herumspielen sollte. Wir werben deshalb dafür, einen digitalen Testmarkt ins Leben zu rufen, in dem man das neue Zusammenspiel in begrenztem Umfeld erprobt. Dafür kämpfen wir mit Mitstreitern aus dem NGO-Bereich, mit Denkfabriken, aber auch Technologiefirmen.

Mir geht es darum, erst einmal ein Master Design zu entwickeln, das dazu geeignet ist, den Ausbau der erneuerbaren Energien sicherzustellen.

Das sollte dann über drei bis vier Jahre erprobt und anschließend groß ausgerollt werden, um den Schritt von 30 Prozent auf bis zu 100 Prozent zu gehen.

Wo werden sich diese Innovationen abspielen, wird Deutschland beim neuen Marktdesign eine Rolle spielen?

Die Frage ist tatsächlich, ob sich diese Innovationen in Deutschland abspielen werden oder anderswo. Ich selbst bin mittlerweile anders als früher nicht mehr so scharf darauf, das gegenüber der Politik zu promoten.

Dabei gibt es in Deutschland die Voraussetzungen dafür. In Schleswig-Holstein sieht die Jamaika-Koalition in der Weichenstellung Richtung 100 Prozent Erneuerbare eine gute wirtschaftliche Zukunft. In Kiel gibt es Überlegungen, das ganze Thema sehr innovativ regional voranzutreiben.

Schleswig-Holstein böte sich deshalb ein Stück weit als Testmarkt für das neue Marktdesign an. Es ist, was die Marktdurchdringung betrifft, weltweit eine Musterregion. Das ist aber alles ein komplizierter Prozess. Die Energiewirtschaft wird zu 80 Prozent von Juristen gemacht und nicht von Ingenieuren.

Das ist aber alles ein komplizierter Prozess. Die Energiewirtschaft wird zu 80 Prozent von Juristen gemacht und nicht von Ingenieuren.

Digitalisierung der Energiewirtschaft – was verstehen Sie darunter?

Viele Beteiligte meinen, dass die Energiewirtschaft jetzt so etwas bekommt wie AirBnB oder Lieferando. Was in der Energiewirtschaft kommen wird, ist eine Automatisierung durch algorithmische Synchronisierung der Wertschöpfungsketten untereinander. Der hochfrequente Handel von Flexibilitäten wird dabei ein entscheidendes Element. Das kann man sich vorstellen wie die simultane weltweite Versteigerung von Werbung im Internet oder den Wertpapierhandel im Millisekundenbereich, wie ihn die Finanzbranche betreibt.

Welche Chancen bleiben in der Energiewirtschaft aus Ihrer Sicht bislang ungenutzt?

Eine gigantische Chance, die die Energiewirtschaft gegenüber den Bür-

gern und der Politik sichtbar machen müsste, ist, dass wir die von uns benötigte Energie auch in Deutschland selbst produzieren können und nicht Milliarden an Russland oder Katar überweisen müssen. Es gibt allerdings Personen, die professionell und auf hohem Niveau die Angst vor den erneuerbaren Energien schüren. Man denke nur an das Kunstwort von der Verspargelung der Landschaft. Man könnte das auch positiv sehen und auf die regionale Ebene herunterbrechen. Ländliche Räume könnten unglaublich davon profitieren, wenn sich die Kaufkraft, die jetzt auf dem Globus verteilt wird, wieder in ihrer Region ballt. Es gibt in der regionalen Wertschöpfung ein unglaubliches Potenzial nicht nur im Strom, es geht um Heizen, Kühlen und Mobilität.

Das ist ein Feld, in dem man viel überlegen und denken kann. Die geltenden Regularien, Richtlinien und Steuern sind allerdings so, dass ein solches System noch nicht denkbar ist. Es gibt allerdings fünf sogenannte Energiewende-Schaufensterprojekte, in denen Ausnahmen von geltenden Regelungen und Gesetzen gemacht werden und wo wir Erfahrungen sammeln können.

Das Interview führte
Silvia Rausch-Becker

► <http://t1p.de/DGE01>

Energiewende-Schaufenster

- C/sells, Designnetz, enera, NEW 4.0 und WindNODE heißen die Schaufensterregionen für intelligente Energie, die das Bundeswirtschaftsministerium fördert.
- Dort sollen skalierbare Musterlösungen für eine sichere, wirtschaftliche und umweltverträgliche Energieversorgung bei hohen Anteilen fluktuierender Stromerzeugung aus Wind- und Sonnenenergie entwickelt und demonstriert werden.
- Im Zentrum stehen die intelligente Vernetzung von Erzeugung und Verbrauch sowie der Einsatz innovativer Netztechnologien und -betriebskonzepte.