



Nachhaltige eMobilität - emotional aufgetankt

MARKE, DESIGN UND TECHNOLOGIE GEHEN HAND IN HAND

Knapp 200 Jahre hatte die Eisenbahn Zeit sich zu dem zu entwickeln, was sie heute ist. Die individuelle Mobilität durch Pkw mit Verbrennungsmotoren hat sich in den letzten 125 Jahren etabliert. Erfindungen wurden gemacht, Industrien entwickelt und eine breite Infrastruktur geschaffen.

Dass die Elektromobilität nicht so viel Zeit haben würde, war den Machern der EIGHT GmbH & Co. KG klar, als im schwäbischen Süßen die Idee für die Solarladestation Point.One entstand. Umgeben von Automobilherstellern und etablierten Zulieferbetrieben gibt es zwar viele Marktführer aus dem klassischen Automotivbereich, aber so gut wie kein Unternehmen, das sich als Neugründung der Elektromobilität verschrieben hatte.

»Uns war von Anfang an wichtig Produkte zu entwickeln, die Emotionen wecken und Lust auf Elektromobilität machen. Dies erschien uns besonders relevant, da in Deutschland das Thema noch immer mit vielen Vorurteilen zu kämpfen hat und noch keine wirkliche Begeisterung dafür entstanden ist«, erklärt Thomas Prinzing. Der geschäftsführende Gesellschafter ist für die Fertigung sowie die Optimierung von Produkten und Produktionsprozessen zuständig. Zusammen mit Christoph B. Rößner, der das Marketing und den Vertrieb sowie das Management von Kooperationen als zweiter geschäftsführender Gesellschafter leitet, hat der erfahrene Ingenieur das Unternehmen zu Beginn des Jahres 2011 gegründet.

Im Vordergrund der Produktentwicklung der Solarladestation Point.One stand vom ersten Tag an - neben der Zielsetzung einer emissionsfreien Mobilität - auch das Element der durchgängigen Nachhaltigkeit. Sollte sich Elektromobilität durchsetzen, dann nur mit Lösungen, die in jeder Hinsicht umweltschonend sind. Darin waren sich die Gründer einig. Zentrales Element ist ein neues auf einem Stecksystem basierendes Fertigungsverfahren, welches eine material- und energieeffiziente Realisierung der Solarladestation und sogar den kompletten Rückbau ermöglicht. Darüber hinaus werden in der ausschließlich mit Ökostrom betriebenen Produktionsstätte vor allem Materialien mit hoher Recycling-Effizienz eingesetzt. So kommen beispielsweise nur wiederaufbereitete Solarzellen zum Einsatz.

»Unsere Lösung sollte aber nicht nur in jeder Hinsicht nachhaltig sein, sondern gleichzeitig der Elektromobilität zu einem positiven Image verhelfen. Darin lag die große Herausforderung«, berichtet Thomas Prinzing. »Die ersten Tankmöglichkeiten waren meist Apotheken und sicherlich keine Symbole für Fortschritt und neuen automobilen Lifestyle. Mit der Zeit aber entwickelten sich die Tankstellen phasenweise zu Stillikonen ihrer Zeit und wurden zu Symbolen für individuelle Mobilität und den Zeitgeist. Genau dieses Ziel verfolgen wir mit Point.One. Eine Auszeichnung des Bundesverkehrsministeriums sowie des Fraunhofer Instituts bestärkt uns darin, diesen Weg weiter zu gehen.«



Interview mit Christoph B. Rößner, geschäftsführender Gesellschafter EIGHT

CHRISTOPH B. RÖSSNER ERLÄUTERT DEN AUFBAU VON POINT.ONE ANHAND EINES MODELLS AUF DER eCARTEC

Mit der Solarladestation Point.One hat das junge Unternehmen EIGHT ein Produkt entwickelt, das in seiner Funktionalität auch von etablierten Herstellern angeboten wird. Warum wagen Sie sich dennoch in diesen Markt?

Wir haben gute Gründe. So ist vor allem ein neuer, sich entwickelnder und noch nicht ausdifferenzierter Markt, für junge Unternehmen sehr attraktiv. Die dortige Nachfrage wird mittelfristig so groß sein, dass sich mehrere Marktteilnehmer den Kuchen teilen können. Das aus meiner Sicht wichtigste Argument ist jedoch, dass wir uns von den aktuellen Angeboten deutlich unterscheiden und eine neue Produktkategorie definieren.

Was unterscheidet Point.One?

Die meisten Marktbegleiter fokussieren in ihren Lösungen fast nur auf Funktionalität. Daran ist nichts falsch, aber auch nicht viel richtig. EIGHT verfolgt das Ziel, dem Markt der Elektromobilität das für Erfolg notwendige Symbol zu geben, das alle positiven Eigenschaften der Elektromobilität verkörpert. Damit haben wir etwas gänzlich Neues geschaffen: Marketing, Design und Technologie entstanden parallel und im gegenseitigen Zusammenspiel. Daraus resultiert ein ganzheitliches Elektromobilitätserlebnis, das über das reine Autofahren hinausgeht.

Point.One hat neben der Werbung für Elektromobilität vor allem eine Aufgabe: Elektrofahrzeuge aufzuladen.

Das stimmt natürlich. Entsprechend haben wir die Technologie so ausgelegt, dass sich eine hohe emissionsfreie Jahresfahrleistung ergibt. Für Deutschland beträgt diese für jeden der vier in Point.One integrierten Ladepunkte rund 10.000 Kilometer. Die Ladetechnologie, die Kommunikation und die Abrechnung sowie ein optionales Infotainment können an die Kundenanforderungen angepasst werden. Hier arbeiten wir mit etablierten Herstellern zusammen.

Wie geht es bei EIGHT weiter?

Wir arbeiten daran Point.One noch intelligenter mit dem Stromnetz, dem Fahrzeug und dem Nutzer zu verknüpfen. Die entstehenden Lösungen können später problemlos nachgerüstet werden. In Kürze wollen wir ein spektakuläres Produkt mit einem Schnellladesystem präsentieren, welches eine perfekte Ergänzung zur eher dezentralen Nutzung von Point.One sein wird.

Christoph B. Rößner
Geschäftsführender Gesellschafter
der EIGHT GmbH & Co. KG
c.roessner@eight.eu // www.eight.eu