



Fotos: Mer (3) | Timo Bürger (1)

Schöne Ladestationen mit Überdachungen und „Pausen-Zeitvertreib“ sind nach wie vor rar gesät.

Laden muss einfach sein

Im Gespräch erklären Jessica Schneider (CEO) und Katharina Chatterjee (Head of Sales) vom Ladeanbieter Mer, was für Firmenflotten wichtig sein kann und was unterschätzt wird.

Frau Chatterjee, Sie sind seit 2015 bei Mer und damit eine der loyalsten Mitarbeiterinnen. Was hat sich seither getan?

Katharina Chatterjee: Eine ganze Menge. Als ich angefangen habe, waren wir ein kleines, feines Start-up mit acht Personen. Heute betreuen wir in Deutschland rund 5.000 Ladepunkte im Business-Bereich. Wir haben gelernt, dass es im Flottenkontext nicht nur um Technik geht, sondern vor allem um durchdachte Prozesse, smarte Abrechnung und ein skalierbares System.

Was ist Ihr Kerngeschäft?

K. Chatterjee: Die Business-Charging-Sparte von Mer konzentriert sich auf nicht öffentliche und halböffentliche Ladeinfrastruktur – also alles, was nicht einfach frei zugänglich ist: Ladestationen hinter Schranken, auf Firmengeländen oder in privaten Haushalten. Unser Fokus liegt auf den Unternehmensflotten – egal ob Pkw, Transporter oder andere Nutzfahrzeuge.

Was unterscheidet Mer von anderen Anbietern?

Jessica Schneider: Wir denken in „Use Cases“. Unsere Kunden starten meist mit einem Teilprojekt – etwa dem Laden am Standort oder dem Heimpladen. Aber wir wissen: Am Ende braucht jedes Unternehmen alle Anwendungsfälle – Heimpladen, öffentliches Roaming, Standortlösungen und oft sogar die Integration von Privatfahrzeugen. Unsere Stärke ist, dass wir diese Themen ganzheitlich verknüpfen – technisch, organisatorisch und abrechnungstechnisch.

Bleiben wir beim Heimpladen von Dienstwagen. Das gilt als günstig, das Abrechnen mit dem Arbeitgeber aber teils schwierig. Was ist der Mer-Vorschlag?

K. Chatterjee: Genau deshalb bieten wir ein B2B-Modell mit separatem Stromzähler beim Mitarbeitenden zuhause. Hinzu kommt die Möglichkeit, im Voraus eine fixe Mindestabnahme zu definieren. So ermöglichen wir einen festen Strompreis – unabhängig vom privaten Vertrag – und haben echten Grünstrom mit Zertifikat. Das macht die Kosten kalkulierbar und erfüllt gleichzeitig ESG-Vorgaben. Und:

Die Unternehmen müssen sich um nichts kümmern – wir übernehmen die Planung, die Koordination und die Installation.

Und wie sieht's mit PV-Anlagen aus?

K. Chatterjee: Für Privatfahrzeuge sinnvoll, auch wenn die tatsächlichen Nutzungsgrade weit hinter den allgemeinen Vorstellungen bleiben. Häufig fehlt ein Speicher oder das Auto steht tagsüber eben doch nicht zuhause. Gleichzeitig ist die Abrechnung noch eine Grauzone. Im Vergleich zu unserem einheitlichen, grünen Stromtarif deutschlandweit ist eine PV-Nutzung für den Dienstwagen zu aufwendig.

Ist Nachhaltigkeit ein Treiber in den Firmen oder ein Feigenblatt?

K. Chatterjee: Zunehmend Treiber. Manche Unternehmen nutzen unsere Lösung sogar als Basis für ihr grünes Leistungsversprechen – wie zum Beispiel Schindler, die mit CO₂-neutralen Servicetechnikern werben. Für andere ist es eher organisatorisch motiviert, etwa bei großen überregionalen Flotten, die eine zentrale Steuerung brauchen.



MITSUBISHI
MOTORS



Der neue Outlander. Next Level für Ihr Business

Für Gewerbekunden
ab **378 €¹**
(netto) monatl. leasen

Der Mitsubishi Outlander ist zurück. Mit japanischer Ingenieurskunst entwickelt, ist er das perfekte Fahrzeug für den täglichen Business Einsatz. Er überzeugt mit höchster Effizienz, luxuriösem Komfort, modernsten Fahrassistenzsystemen und der nächsten Evolutionsstufe des Allradsystems „Super All Wheel Control“. Entdecken Sie ihn jetzt bei Ihrem Mitsubishi Handelspartner.

Outlander Energieverbrauch 23,4–23,5 kWh/100 km Strom & 0,8 l/100 km Benzin; CO₂-Emission 19 g/km; CO₂-Klasse B; gewichtet kombinierte Werte. Bei entladener Batterie: Energieverbrauch 7,1–7,3 l/100 km Benzin; CO₂-Klasse F; kombinierte Werte.**

1 | Outlander Plug-in Hybrid BASIS Leasingbeispiel (gültig bis 30.06.2025): zugrunde liegender Fahrzeugpreis entspricht der unverbindlichen Preisempfehlung der MMD Automobile GmbH, Friedberg, in Höhe von 42.008,34 € (netto), Sonderzahlung 0,00 € (netto), monatliche Rate 378,00 € (netto), Laufzeit 48 Monate, Laufleistung p. a. 10.000 km. Freibleibendes Leasingangebot der **MKG Bank, Zweigniederlassung der MCE Bank GmbH**, Schieferstein 9, 65439 Flörsheim, zzgl. gesetzl. MwSt. und Überführungskosten. Nur für Gewerbekunden. ** Die nach PKW-EnVKV angegebenen offiziellen Werte zu Verbrauch und CO₂-Emission sowie ggf. Angaben zur Reichweite wurden nach dem vorgeschriebenen Messverfahren WLTP ermittelt. Weitere Infos unter mitsubishi-motors.de *** 5 Jahre Herstellergarantie bis 100.000 km. Danach bis zu 3-mal je 1 Jahr Mitsubishi Outlander Anschlussgarantie, bis max. 160.000 km, der Mitsubishi Motors Europe BV, Postbus 157, 6130 AD Sittard, Niederlande, für wesentliche Bauteile. 8 Jahre Herstellergarantie auf die Fahrbatterie bis 160.000 km. Gültig für Mitsubishi Outlander ab Erstzulassung 2025. Jeweils gemäß den entsprechenden Garantiebedingungen. Bedingungen und Details unter mitsubishi-motors.de/garantiepaket Abb. zeigt Beispielfahrzeug mit höherwertiger Sonderausstattung.

Veröffentlichung der MMD Automobile GmbH, Emil-Frey-Straße 2, 61169 Friedberg





Katharina Chatterjee, Head of Sales, ist seit 2015 bei Mer.



Jessica Schneider ist Co-Geschäftsführerin bei Mer Germany.

Wie läuft das dann ab?

K. Chatterjee: Wir begleiten viele Kunden über Monate – mit regelmäßigem Onboarding, technischen Check-ins, Abstimmung mit Einkauf, Datenschutz, Betriebsrat, Facility Management usw. Viele Unternehmen wissen anfangs nicht, wie komplex die Einführung werden kann. Unsere Kunden schätzen, dass wir alle Stakeholder mitnehmen und den gesamten Prozess steuern.

Was bedeutet das konkret für die Flottenverantwortlichen?

K. Chatterjee: Sie sparen sich viel Koordination und Nerven. Ein Beispiel: Wenn ein Mitarbeiter privat eine Wallbox installieren soll und Fragen hat, ruft er nicht beim Elektriker, sondern beim Flottenmanagement an. Wenn wir das übernehmen, entlasten wir die interne Organisation deutlich.

Wie viele Kunden nutzen das „komplette“ Paket von Ihnen?

K. Chatterjee: Die wenigsten steigen direkt mit allem ein. Meist beginnt es mit einem Modul, etwa Standort- oder Heimladen. Aber das Verständnis wächst, dass es mehr braucht. Etwa ein Drittel unserer Kunden nutzt inzwischen mehrere oder alle Module. Besonders im Segment ab 700 Fahrzeugen kommen unsere Stärken voll zur Geltung.

Wie viele Ladepunkte hat Mer?

K. Chatterjee: Rund 5.000 physische Ladepunkte im Business-Bereich sind in Betrieb. Hinzu kommen Roaming- und Privatnutzer mit Ladekarten. Unser größter Kunde betreibt deutlich mehr als 500 Ladepunkte und ein anderer hat über 3.000 Fahrzeuge – da

von 80 Prozent elektrifiziert. Ein echter Pionier, der 2017 mit uns gestartet ist.

Wie steht es um Nutzfahrzeuge?

K. Chatterjee: Das Segment wird immer relevanter. Wir betreuen inzwischen viele Kunden mit AC-Depotlösungen oder kombinieren AC und HPC (High Power Charger) auf Betriebsgeländen. Die Spannbreite reicht von klassischen Paketdiensten bis zu Textilreinigungen mit eigenem Fuhrpark. Dabei profitieren wir von unserer modularen Plattform und der Erfahrung aus dem Pkw-Bereich.

Welche Hardware setzen Sie bei den HPC ein?

K. Chatterjee: Derzeit hauptsächlich Alpitronic, aber auch Kempower. Wichtig sind uns Verlässlichkeit und Zukunftsfähigkeit – auch im Hinblick auf bald nahende Innovationen wie bei der Kommunikation zwischen Fahrzeugen und Ladehardware. Wir haben viele Installationen, die seit 2017 laufen – einige mussten umgerüstet werden, aber vieles ist noch im Einsatz.

Wie sieht's mit 22-kW-Wallboxen aus?

K. Chatterjee: Immer noch gefragt – vor allem als Vorbereitung auf kommende Modelle. Auch wenn viele Fahrzeuge derzeit nur 11 kW aufnehmen, setzen Unternehmen bewusst auf 22 kW. Durch Lastmanagement ist die tatsächliche Ladeleistung ohnehin flexibel. Aber das Detailverständnis fehlt oft – da beginnt dann unsere Beratung.

Welche AC-Ladelösung empfehlen Sie für Standorte – mit oder ohne festem Kabel?

K. Chatterjee: Technisch möglich ist beides. Aus Wartungs- und Ersatzteilgründen favorisieren wir Lösungen mit separatem Kabel, das sich bei Bedarf leicht tauschen lässt. Es gibt auch Systeme, bei denen das Kabel verriegelt ist – das ist fast wie eine feste Installation, aber flexibler.

Was ist aus Ihrer Sicht der größte USP von Mer?

J. Schneider: Unsere gelebte Kunden- nahe. Intern nennen wir das „WeCare“. Das heißt: Wir begleiten unsere Kunden individuell, regelmäßig, mit klaren Prozessen – und wir tun das aus Überzeugung. Unsere Leute sind keine klassischen Industrie-Quereinsteiger, sondern Überzeugungstäter, die seit Jahren in diesem Thema stecken.

Wie viele Mitarbeiter hat Mer in Deutschland?

J. Schneider: Rund 130 – eingebunden in eine europaweite Gruppe. Wir wachsen stetig, aber organisch – mit Fokus auf Qualität und Service.

Herzlichen Dank für das kurzweilige Gespräch, Frau Schneider und Frau Chatterjee.

mb



Das Laden von E-Autos ist noch immer nicht trivial – doch es geht vorwärts.