INSIGHT

Strategisch navigeren op het snijvlak van Energie en Mobiliteit

Claassen, Moolenbeek & Partners

Strategie – Overname – Financiering

Claassen, Moolenbeek & Partners
Strategie – Overname – Financiering

EXECUTIVE SUMMARY

Elektrische mobiliteit is geen doel op zich, maar een hefboom die twee sectoren, energie en mobiliteit, onomkeerbaar aan elkaar knoopt. Daarmee verandert niet alleen de techniek, maar vooral het bedrijfsmodel. De klant schuift naar het middelpunt van de waardeketen, data worden productiefactoren, en waardecreatie verplaatst zich van volume naar dienstverlening, betrouwbaarheid en beschikbaarheid. In deze whitepaper breng ik de implicaties voor het Nederlandse MKB in kaart: waar liggen de kansen, hoe richt je je organisatie in en wat betekent dit voor investeringen, overnames en financiering.

De rode draad: wie mobiliteit en energie als één samenhangend systeem bekijkt, ontdekt nieuwe bronnen van marge en klantbinding. Dat begint vaak klein; een laadplein bij het bedrijf, een pilot met dynamische tarieven, maar groeit uit tot een concurrentievoordeel zodra je data, assets en klantreis ('customer journey') integraal aanstuurt.

Claassen, Moolenbeek & Partners
Strategie – Overname – Financiering

INHOUDSOPGAVE

Inhoud

Executive Summary 2

Inhoudsopgave 3

1. Waar energie en mobiliteit elkaar ontmoeten 4

2. De impact op de energiesector 5

3. De impact op de mobiliteitssector (automotive, fleets, leasing) 6

4. EV-infrastructuur als nieuwe sector 7

5. M&A in een versnellende markt 8

6. Financiering van groei (autonoom en via overnames) 9

7. Slotwoord 10

8. Over de auteur & contact 10

1. WAAR ENERGIE EN MOBILITEIT ELKAAR ONTMOETEN

De overgang naar elektrisch vervoer wordt vaak besproken in termen van actieradius, laadvermogen of beschikbaarheid van (snel)laders. Dat is relevant, maar het verhult de werkelijke strekking: EV's veranderen mobiliteit in een onderdeel van het energiesysteem. Voertuigen worden energiedragers op wielen; ze laden, soms ontladen, en reageren steeds vaker op prijs- of CO_2-signalen. Hierdoor vervaagt de grens tussen 'rijden' en 'energie managen'. Voor ondernemers betekent dit dat keuzes over wagenpark, locaties en klantbediening niet meer losstaan van keuzes over energie-inkoop, contracten en datastromen.

Wie deze samenhang ziet, ontdekt kansen. Neem een retailer met ruime parkeerplaatsen. Door slim te positioneren en laden te koppelen aan verblijfsduur, wordt een laadplein geen kostenpost maar een motor voor omzet en loyaliteit. Een logistiek bedrijf dat depotladen combineert met routeplanning en dynamische tarieven, verlaagt zijn totale eigendomskosten ('Total Cost of Ownership' of 'TCO') en verhoogt de voorspelbaarheid van leveringen. Een kantoorlocatie die thuis- en werklaadvergoedingen naadloos afhandelt, vergroot zijn aantrekkelijkheid als werkgever.

De kern is dat energie, mobiliteit en digitalisering één verhaal worden. Niet de hardware of software afzonderlijk maakt het verschil, maar de manier waarop je de onderdelen tot een dienst smeedt: locaties met voldoende netcapaciteit, heldere contracten met grondeigenaren of sitehosts, betrouwbare apparatuur, en een back-end dat storingen voorkomt en betalingen soepel afhandelt. Vervolgens koppel je daar data en klantinteractie aan: wie laadt wanneer, wat zijn de patronen, hoe stem je prijzen en service daarop af?

Voor MKB-ondernemers is dit vaak geen 'big bang', maar een serie pragmatische stappen. Begin met een duidelijke use-case (medewerkers, klanten of logistiek), maak een nuchtere businesscase en kies partners die schaalbaar met je mee kunnen groeien. Het belangrijkste besluit is niet welke laadpaal je koopt, maar welke klantbeleving en operationele kwaliteit je wilt leveren en hoe je dat duurzaam (waaronder winstgevend) organiseert.

2. DE IMPACT OP DE ENERGIESECTOR

Elektrische mobiliteit dwingt de energiesector om anders naar de klant te kijken. Waar de klant vroeger aan het einde van de keten zat, komt hij nu in het midden te staan. Met zonnepanelen op het dak, een batterij in het bedrijf, huis of in de buurt en een elektrisch wagenpark op het terrein is de klant niet alleen verbruiker, maar ook producent, buffer en flexibele vraag. Wie die rol serieus neemt, verschuift van volumeverkoop naar regie: begrijpen, voorspellen en sturen.

Die regie is zichtbaar in het verdienmodel. In plaats van vooral te verdienen aan kWh's, groeit het belang van assets bij of voor de klant: laadpunten, meet- en regeltechniek, eventueel lokale opslag. Daarbij horen diensten: monitoring, onderhoud, optimalisatie, en een platform dat tarieven, vergoedingen en toegangsrechten beheert. Het is een capex-gedreven werkelijkheid waarin assetkwaliteit, uptime en levensduur bepalend zijn voor rendement.

Voor MKB-spelers in en rond energie biedt dit kansen. Een installatiebedrijf evolueert tot 'asset operator' dat niet alleen plaatst, maar ook beheert en verbetert. Een bedrijventerrein kan uitgroeien tot energiehub waar ondernemingen laden, opslaan en onderling optimaliseren. Wie de klantrelatie en de data goed organiseert, kan stap voor stap een dienstverleningsportfolio opbouwen dat verder reikt dan levering alleen.

Cruciaal is de professionalisering van het operationele model: 24/7 monitoring waar nodig, eerst oplossen op afstand, duidelijke responstijden, en heldere rapportages. Dat vraagt om andere competenties dan traditionele levering, maar juist MKB-bedrijven kunnen hier snelheid maken: korte lijnen, pragmatische pilots en een focus op concrete resultaten.

3. DE IMPACT OP DE MOBILITEITSSECTOR (AUTOMOTIVE, FLEETS, LEASING)

In de mobiliteitssector schuift de waardecreatie naar software en diensten. Het voertuig wordt software-gedefinieerd: connectiviteit, 'over-the-air' updates en functies als dienst worden normaal. Voor fleets verandert de rekensom van TCO: brandstof maakt plaats voor energie, onderhoud verminderd en verschuift, ontladen ('vehicle-to-home' (V2H), vehicle-to-grid' (V2G)) als nieuwe opbrengt soort en laadplanning wordt net zo belangrijk als routeplanning. Leasemaatschappijen bewegen van pure financiering richting platforms die energie, laden en onderhoud integreren.

Voor MKB-ondernemingen betekent dit dat implementatiekracht en datadiscipline doorslaggevend worden. Wie thuis- en werklaadvergoedingen foutloos afhandelt, voorkomt frictie met medewerkers. Wie laadkosten correct toewijst per voertuig of chauffeur, houdt grip op de marge. Wie betrouwbaar toegang biedt tot laadinfrastructuur (op het depot, bij klanten of onderweg) verlaagt stilstand en verhoogt voorspelbaarheid.

Nieuwe proposities ontstaan precies op die snijvlakken. Een adviseur die fleets begeleidt bij de omschakeling naar EV kan van keuze van voertuigen tot locatie-ontwerp van laadpunten en de selectie van software een integraal plan maken. Een installateur die SLA's op uptime afgeeft en remote-oplossingen inzet, wordt preferente partner. Een data gedreven dienstverlener levert TCO-analyses, CO_2-rapportages en inzichten in batterijgezondheid die direct in beslissingen landen.

Het spel wordt uiteindelijk gewonnen door partijen die techniek begrijpelijk maken, complexiteit wegnemen en de klantervaring centraal zetten. Niet de goedkoopste paal, maar de combinatie van betrouwbaarheid, duidelijke afspraken en meetbare resultaten maakt het verschil.

4. EV-INFRASTRUCTUUR ALS NIEUWE SECTOR

Rondom laadinfrastructuur is in korte tijd een zelfstandige sector ontstaan. Hardware leveranciers, back-end platforms, mobility serviceproviders, roaming-hubs, betaaloplossingen en exploitanten grijpen op elkaar in. Succesvolle proposities herkennen dat techniek slechts één component is. Locatiekeuze, contractkwaliteit met de sitehost, een solide operationeel proces en een consistente klantervaring zijn minstens zo bepalend.

Een goed presterende locatie begint met de basics: voldoende stroom en verkeer, veilige opstelling en een tarief dat past bij de context. Daarna komt de finesse: dynamic load balancing, begrijpelijke prijscommunicatie, bijkomende services (bijvoorbeeld een toilet, werkplek en/of een shop), storingen die op afstand worden verholpen en ondersteuning die daadwerkelijk bereikbaar is. In die setting gaan bezettingsgraad en tevredenheid hand in hand, en volgt de businesscase vaak vanzelf.

Voor het MKB liggen hier meerdere routes. Als EPC- en onderhoudspartner kun je schaalbare kwaliteit leveren aan vastgoed en exploitanten van laadpunten (‘Charge Point Operators’, ‘CPO’s’). Als softwarepartij kun je bijvoorbeeld verrekeningen en vergoedingen voor thuis- en werkladen versimpelen. Als ontwikkelaar kun je locaties sourcen, vergunningen en aansluitingen regelen en het geheel financierbaar maken. Elk van die rollen vraagt focus, maar biedt duurzame waarde zodra je processen, data en service op orde zijn.

5. M&A IN EEN VERSNELLENDE MARKT

Naarmate de markt van elektrische mobiliteit volwassener wordt, volgen consolidatie en specialisatie elkaar snel op. Sommige bedrijven groeien uit tot platforms ('integrators'); andere worden specialist in een schakel van de keten. Dat leidt tot overnames: om schaal te winnen, technologie of talent te borgen, toegang te krijgen tot contracten of simpelweg om te overleven. Grote spelers wegen steeds vaker de make-or-buy-vraag: zelf bouwen of kopen wat nodig is om tempo te houden.

Voor MKB-ondernemers zijn fusies en overnames ('Mergers & Acquisitions', 'M&A') geen doel maar een middel. De beste deals hebben een heldere strategische logica en nuchtere executie. In de voorbereiding kijk je verder dan omzet en EBITDA: hoe robuust zijn contracten, hoe stabiel is uptime en service, hoe future-proof is de technologie, hoe afhankelijk ben je van leveranciers of netcapaciteit? Minstens zo belangrijk: past de cultuur, zijn de processen verenigbaar en kun je binnen honderd dagen zichtbare verbeteringen realiseren zonder klanten te verliezen?

Wie discipline aanbrengt in selectie, due diligence en integratie, kan met overnames versnellen. Wie daarentegen slecht voorbereidt of te veel betaalt voor onzekere groei, verliest focus én waarde. Het advies is eenvoudig: definieer je redenen om te kopen, kies waar je specialist of integrator wilt zijn, en bouw een integratieplan voordat je tekent.

6. FINANCIERING VAN GROEI (AUTONOOM EN VIA OVERNAMES)

Elektrificatie brengt kapitaal dichter bij de operatie. Assets staan bij klanten of op locaties die je niet volledig in de hand hebt. Dat vraagt om financieringsvormen die aansluiten bij kasstromen en risico's: van leasing en bancair krediet tot achtergestelde leningen, growth capital en projectfinanciering in speciale entiteiten. De juiste mix hangt minder af van ambitie, en meer van contractkwaliteit, voorspelbaarheid en schaalbaarheid.

Een veelgebruikte route is de scheiding tussen assetbeheer en exploitatie (assetco en opco). In de assetco worden laadinvesteringen en sitecontracten geclusterd; in de opco zitten ontwikkeling, verkoop en operatie. Dat maakt risico's beter te plaatsen en vergroot de financierbaarheid. Financiers vragen daarbij niet alleen zekerheden, maar ook data: bezettingsgraden, uptime, doorlooptijden bij storingen, en transparante rapportages die aantonen dat prestaties stabiel zijn.

Praktisch werkt het zo: start met een pilotportefeuille die klein genoeg is om te leren, maar groot genoeg om patronen te laten zien. Leg afspraken vast in duidelijke SLA's, kies voorspelbare inkomstenstructuren en richt rapportages in die maandelijks 'bankable' cijfers opleveren. Naarmate de kasstromen voorspelbaarder worden, kun je het aandeel vreemd vermogen opschroeven en de kosten van kapitaal verlagen.

Bij overnames geldt iets soortgelijks. Wie kan aantonen dat integratie gestructureerd verloopt (met behoud van klanten, verbetering van service en zichtbare synergie) krijgt betere voorwaarden. Convenanten zijn daarbij geen belemmering maar een instrument om scherp te sturen: ze dwingen tot ritme, discipline en transparantie.

7. SLOTWOORD

De elektrificatie van mobiliteit herschrijft de spelregels in zowel energie als mobiliteit. Voor MKB-ondernemers die denken in ecosystemen in plaats van silo's, ligt hier een unieke kans. Begin met een helder klantprobleem, bouw het operationele fundament, en schaal op met data en partners die bij je tempo passen. Wie vandaag die route inslaat, bepaalt morgen het speelveld.

8. OVER DE AUTEUR & CONTACT

Remco Samuels is partner bij Claassen, Moolenbeek & Partners en werkt op het snijvlak van strategie, M&A, financiering en (executive) interim-management en advisering. Met een achtergrond in energie en e-mobility helpt hij MKB-ondernemingen kansen te verzilveren in een snel veranderend speelveld.

Contact: remco.samuels@cmenp.nl | www.cmenp.nl