

Energieversorgung digital denken

Stadtwerke stecken mitten in der Digitalisierung, die nicht nur das Produktangebot, sondern auch die Abwicklung zahlreicher Unternehmensprozesse berührt.

VON MONIKA RECH-HEIDER

Kommunale Versorger sollten die Entwicklungen der Digitalisierung als Chance für tiefgreifenden Wandel begreifen und dabei zunehmend die Kundenbrille aufsetzen. „Das ist ausschlaggebend für den Geschäftserfolg“, sagt Katherina Reiche, Geschäftsführerin des Verbands kommunaler Unternehmen (VKU).

Die Digitalisierung werde neben der Dekarbonisierung das bestimmende energiepolitische Thema der nächsten Jahre sein, sie werde die Karten neu mischen und verteilen. Sie sei der große Game-Changer und „muss deswegen

RheinEnergie ist die Digitalisierung daher aufgebrochen in verständliche, umsetzbare Bausteine, wie Interaktion mit dem Kunden, digitale Prozesse, digitale Produkte und digitale Analysen.

Die Interaktion mit dem Kunden lebt das Unternehmen intensiv über die Website, Social-Media-Kanäle sowie über Apps. Als Beispiel für digitale Prozesse nennt Cerbe die Möglichkeit, in Haushalten ohne intelligente Messsysteme künftig Zählerstände von Kunden per Photo und App ablesen und an die RheinEnergie senden zu lassen, die sie sofort automatisiert weiterverarbeiten kann.

dernität und Innovation vorgaukeln, am Ende der Kette aber wieder Daten in Excel-Tabellen eintippen lassen“, so Rücker. Von der gewollten Außenwirkung zu tiefgreifend veränderten Prozessen sei es ein weiter Weg, der aber viele Chancen berege.

Die liegen etwa in digitalen Produkten, die die Angebotspalette eines Unternehmens ergänzen. Bei der RheinEnergie sind das im Privatkundenbereich beispielsweise Smart-Home-Lösungen für Sicherheit oder Energieeffizienz. Die Zukunft liegt vielleicht in der Kombination der Kernprodukte Strom, Gas und Wärme mit neuen Lösungen – verpackt in Pakete, die der Kunde wirklich braucht.

Angebote genau auf Kunden zuschneiden

„Ausschlaggebend für den Geschäftserfolg wird es sein, die Kundenbrille aufzuhaben“, mein VKU-Chefin Reiche. Produkte, Dienstleistungen und Prozesse transparenter und einfacher zu machen, bringe Privatkunden einen entscheidenden Mehrwert.

Doch was braucht der Kunde wirklich, was bringt ihn dazu, in einem hart umkämpften Markt mit jeder Menge Anreizen zum Anbieterwechsel bei seinem Energieversorger zu bleiben? Der Kunde müsse noch stärker mitgenommen, noch besser verstanden werden, so Insentis-Berater Rücker. Dazu gehöre ein vorausschauender, treffsicherer Ansatz, der vor allem auf dem Vorhandensein von guten Daten beruhe.

Diesen Aspekt der Digitalisierung hat auch die RheinEnergie verstanden. Mit dem bevorstehenden Relaunch der neuen Website will das Unternehmen jedem Kunden auf Grundlage spezieller Datenanalysen automatisch auf ihn zugeschnittene Informationen und Angebote zuführen. RheinEnergie-Vorstand Cerbe sieht sein Unternehmen damit für die Zukunft gut aufgestellt.

Und wie sieht es bei den kleinen Stadtwerken aus? Werden sie es schwerer haben, die technologischen Entwicklungen zu ihrem Vorteil zu nutzen? VKU-Hauptgeschäftsführerin Reiche betont, dass es unter Stadtwerken bereits viele Beispiele für Digitalisierungserfolge gebe, etwa im Bereich Kundenkommunikation oder auf dem Smart-Home-Markt.

Letztlich werden intelligentes Vorgehen und agiles Denken darüber entscheiden, ob und wie die Digitalisierung zur Geschäftsentwicklung beitrage, meint Berater Rücker. Es gebe aber noch viel zu tun. „Mut und Phantasie, gute Mitarbeiter, passende Kooperationen und vertrauensvolle Partner“, hält Vorstand Cerbe für die entscheidenden Faktoren, um erfolgreich am Markt zu sein. **E&M**



Bild: Insentis
Berater Markus Rücker rät Stadtwerken zu einer fundierten Digitalisierungsstrategie

Chefsache sein“, so Reiche.

Markus Rücker von der Managementberatung Insentis schließt sich diesem Urteil an. Er unterstreicht, dass der Digitalisierung nur mit einer tief im Unternehmen verwurzelten Gesamtstrategie und mit einem ganzheitlichen Ansatz zu begegnen sei – jedenfalls dann, wenn das Unternehmen sie als Chance begreife.

Glaubt man Katherina Reiche, so befindet sich die Energiebranche mitten in der Phase einer rasanten Umschichtung. „Die technologischen Optionen bieten die Basis, Energieversorgung ganz neu zu denken.“ Das reiche von der Produktentwicklung, neuen Dienstleistungen und Anwendungen über die Hebung von Effizienzen und Kostensenkungspotenzialen bis hin zur Optimierung unternehmensinterner, bestehender Prozesse.

Doch wie gehen Energieversorger tatsächlich mit dem Thema um? Beim Kölner Energieanbieter RheinEnergie AG ist die Marschrichtung klar: Digitalisierung gehört in die Gesamtstrategie des Unternehmens. Gerade in den letzten zwei, drei Jahren sei noch einmal unglaublich viel Fahrt in das Thema gekommen, so Andreas Cerbe, RheinEnergie-Vorstand für Technik und Netz. „Vorher geisterte der Begriff ‚smart‘ durch die Branche, heute haben viele verstanden, dass Digitalisierung eine ganz andere Dimension einnimmt – und entsprechend vorangetrieben werden muss.“ Bei der

Auch im Baustellenmanagement arbeite das Unternehmen an der Durchgängigkeit digitaler Prozesse: Von der Planung der Baustelle über das Aufmaß und das Monitoring durch Drohnen bis zur Speicherung der Daten im IT-System könne der gesamte Prozess in Zukunft digital ablaufen.

Von solch tiefer Integration und Durchgängigkeit digitaler Prozesse kann laut Unternehmensberater Rücker aber noch nicht überall die Rede sein. „Es kommt immer noch vor, dass Unternehmen dem Kunden durch Eingabemasken auf der Website Mo-

Schleppende Digitalisierung

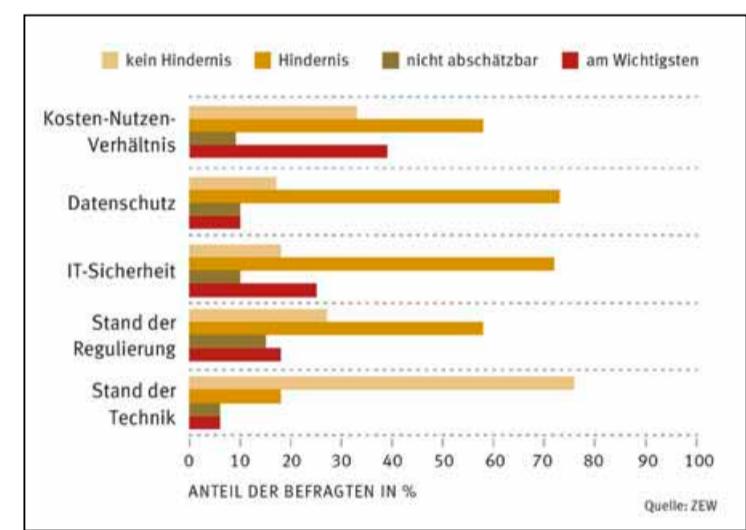
Das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung in Mannheim hat in der Branche nach potenziellen Effizienzgewinnen und Hindernissen auf dem Weg zur digitalen Stromwirtschaft gefragt. VON FRITZ WILHELM

Der Zustand ist ok, die Weiterentwicklung geht jedoch zu langsam. Auf diesen Nenner lässt sich das Befragungsergebnis des aktuellen ZEW-Energiebarometers bringen. Für rund 48 Prozent der Teilnehmer ist die Elektrizitätswirtschaft hierzulande im Vergleich zu anderen Ländern Westeuropas Durchschnitt, wenn es um den Stand der Digitalisierung geht. In Frankreich, wo vom ZEW-Partner Grenoble École de Management (GEM) ebenfalls eine Umfrage durchgeführt wurde, halten mehr als 50 Prozent die heimische Energiewirtschaft für durchschnittlich digitalisiert.

Jeder fünfte Umfrageteilnehmer erwartet im Zuge der Digitalisierung Effizienzgewinne durch eine höhere Prognosegüte im Netzbereich. Auch von der Flexibilisierung der industriellen Stromnachfrage (19 Prozent) und von einer verbesserten Kraftwerkseinsatzplanung (17 Prozent) versprechen sie sich Effizienzsteigerungen. Lediglich 12 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass die Vernetzung mit anderen Sektoren zu mehr Effizienz führt. Nur 11 Prozent führen hier die Stromnachfrage der Haushalte an. Und nur vier Prozent glauben, dass der eigentliche Bereich Energieeffizienz von der Digitalisierung entscheidend profitiert. **E&M**

ZEW-Energiebarometer

Insgesamt hat das ZEW im Rahmen seines halbjährlichen Energiebarometers rund 200 Energiemarktexperten befragt, während es bei GEM rund 80 Teilnehmer waren.



Hindernisse für den Fortschritt der Digitalisierung der Elektrizitätswirtschaft in Deutschland

Fit für das neue Digitalisierungsgesetz?

iMSus GWA Top in Form mit Robotron.

Robotron Datenbank-Software GmbH www.robotron.de/digitalisierungsgesetz

robotron®

Besuchen Sie uns!

MDM

15.-16.09.2016 Robotron-Jahrestagung Energiewirtschaft in Dresden

20.-21.09.2016 ZVEI metering days in Fulda

QR-Code