

Digitalisierungsstrategie

Wie kann man als Energieversorger auf den neuen Megatrend reagieren?

Der Megatrend Digitalisierung erfasst zunehmend auch die Energiewirtschaft. „Smarte“ Produkte und Assets setzen sich am Markt durch. Neue „digitale“ Wettbewerber treten auf den Plan. Da heißt es, Transparenz zu schaffen in Bezug auf das relevante Kunden-, Wettbewerbs- und Technologieumfeld sowie die eigenen Stärken und Schwächen. Aufbauend hierauf lässt sich dann eine robuste und zukunftsweisende Digitalisierungsstrategie entwickeln.

Die Digitalisierung hat sich in den letzten Jahren zunehmend zu einem echten Megatrend von branchenübergreifender Bedeutung entwickelt. Nachdem die Energiewirtschaft hier lange etwas hintenan stand, gewinnt das Thema zunehmend an Fahrt. Mit Digitalisierung ist dabei eine umfassende Anpassung der energiewirtschaftlichen Produkte und Services, der Wertschöpfungsaktivitäten (Erzeugung, Netzbetrieb, Vertrieb etc.) und auch der Supportfunktionen an neue Informations- und Kommunikationstechnologien und diesbezügliche Kundenerwartungen gemeint.

Chancen und Risiken für Energieversorger

Für EVU bietet die Digitalisierung Chancen in Form

- neuer Geschäftsmodelle,
- Umsatzsteigerung und
- Kostenoptimierung.

Neue Geschäftsmodelle ergeben sich beispielsweise im Kontext Smart Metering, Smart Home und Smart Grids sowie rund um datengetriebenes Energiemanagement. Umsatzsteigerungspotentiale entstehen durch erhöhte Kundenzufriedenheit mittels positiver digitaler Kundenerlebnisse, verstärkte Kundennähe, verbessertes Online-Marketing, neue Kundenkontaktpunkte und optimierte Kundensegmentierung. Kostensenkungen werden ermöglicht durch Digitalisierung und Automatisierung bestehender Prozesse oder durch ein erleichtertes Performance Management.

Digitalisierung bringt jedoch auch Risiken für die etablierten Energieversorger mit sich. Agile Startups wollen mit innovativen smarten Produkten die Kundenschnittstelle erobern. Aber auch der Eintritt von „digitalen Champions“ wie Google in den europäischen Geschäftskundenmarkt ist möglich. Entsprechend gilt es, sich frühzeitig die Karten zu legen, welche Strategie das eigene Unternehmen im Kontext von „Smartness“ und Digitalisierung verfolgen soll.

m3 Projektmanagementansatz

Mit unseren Kompetenzfeldern Energie, Telekommunikation und IT-Management sind wir der ideale Partner, um die Bedeutung der Digitalisierung für Ihr Unternehmen zu analysieren und geeignete Reaktionsmöglichkeiten zu entwickeln. Wir gehen vereinfacht meist in folgenden Schritten vor:

I. Analyse der internen Ausgangssituation: Umfassende Bestandsanalyse in Bezug auf intern verfügbare Technologien und Systeme, digitale Produkte und Projekte, Kompetenzen, Know-how-Träger sowie vor allem die relevanten Stärken und Schwächen des Unternehmens.

II. Umfeld-Analyse: Identifikation der Erwartungen Ihrer strategischen Kunden. Analyse der Strategien und Aktivitäten aktueller und potentieller Wettbewerber. Analyse verwandter Branchen für Identifikation von Trends und Best Practices.

III. Strategie-Entwicklung: Konzeption und Detaillierung digitaler Geschäftsmodelle, Kundenlösungen oder Asset-Strategien entlang eines abgestimmten Zielbildes. Machbarkeitsstudien und Business Cases. Frühe Berücksichtigung von IT Security und Datenschutz.

IV. Strategie-Implementierung: Definition von Meilensteinen und klaren Verantwortlichkeiten für geplante Leuchtturmprojekte. Angepasste Anreizsysteme und Identifikation notwendiger Qualifizierungsmaßnahmen. Regelmäßige Erfolgskontrolle und optimierte interne Kommunikation.

Ihre Ansprechpartner

Dr. Bernhard Schaefer: bernhard.schaefer@m3maco.com

Karol Ceynowa: karol.ceynowa@m3maco.com