

# Energieversorger testen Wege

**[16.03.2018] BDEW, A.T. Kearney und IMP<sup>3</sup>rove Academy haben ein Digitalisierungsbarometer der Energiewirtschaft vorgestellt. Ein Ergebnis: Jedes dritte der untersuchten Unternehmen hat eine Digitalisierungsstrategie. Handlungsbedarf gibt es in den Bereichen Big Data Analytics, Kundenzentrierung und Prozessautomatisierung.**

Die deutsche Energiewirtschaft geht den digitalen Wandel an und testet Wege, um sich zukunftsfest aufzustellen. Laut einer gestern (15. März 2018) veröffentlichten Erhebung verfügt jedes dritte der untersuchten Unternehmen über eine Digitalisierungsstrategie und macht mit digitalen Produkten Umsatz. Weitere 53 Prozent planen oder erarbeiten derzeit eine Digitalisierungsstrategie. In den Bereichen Datenanalyse und deren Nutzung für Kundenservices bleibt jedoch großes Potenzial bisher ungenutzt. An dem gemeinsam entwickelten Digitalcheck von BDEW, A.T. Kearney und IMP<sup>3</sup>rove haben über 60 Energieversorger aller Wertschöpfungsstufen und Größenklassen teilgenommen.

„Wir sehen, dass der Erfolg des digitalen Wandels weder von der Mitarbeiterzahl noch vom Umsatz abhängt. Auch kleinere Unternehmen beweisen, dass sie die Möglichkeiten der Digitalisierung gekonnt für sich nutzen. Das ist wichtig, denn der Digitalisierungsdruck durch Kunden und Marktteilnehmer wird weiter zunehmen“, sagte Stefan Kapferer, Vorsitzender der BDEW-Hauptgeschäftsführung. Die besten Werte haben die befragten Energieversorger bei IT-Sicherheit und Marktkommunikation vorzuweisen. Der größte Handlungsbedarf liegt aktuell bei Big Data Analytics, Kundenzentrierung und Prozessautomatisierung.

„Das aktuelle Geschäftspotenzial mit digitalen Services und Produkten ist aus Sicht der Studienteilnehmer allerdings noch sehr überschaubar“, kommentiert Martin Ruppert, Geschäftsführer der IMP<sup>3</sup>rove Academy: „Bei einem Viertel der teilnehmenden Energieversorger ist der Anteil digitaler Produkte noch sehr gering im Verhältnis zum Gesamtumsatz.“ Die Energieversorger rechnen jedoch mit einem deutlichen Wachstum bei digitalen Produkten: Am stärksten beim Messstellenbetrieb, bei virtuellen Kraftwerken und Apps für Energiedienstleistungen. Horst Dringenberg, Partner bei A.T. Kearney, empfiehlt: „Die Energieversorger müssen die Digitalisierung als dauerhafte Transformationsaufgabe verstehen, damit sie sich mit koordinierten Pilotprojekten, Kompetenzaufbau und Kulturwandel zu einem Selbstläufer in den Unternehmen entwickelt.“

(al)

Mehr zum Digitalisierungsbarometer der Energiewirtschaft

Stichwörter: Informationstechnik, BDEW