

BRANCHE DISKUTIERT CHANCEN DER DIGITALISIERUNG



Tobias Brosze von den Stadtwerken Mainz: "Digitalisierung ist längst kein IT-Thema mehr". (Quelle: Handelsblatt Energy Academy)

Düsseldorf (energategate) - Auch wenn die Digitalisierung bei vielen Versorgern bereits in der Unternehmensstrategie fest verankert ist, hat die Energiewirtschaft im Vergleich zu vielen anderen Branchen einen enormen Nachholbedarf. Das war der Tenor des Workshops der "Handelsblatt"-Energy-Academy in Düsseldorf. Es gebe noch viele Industrien, die den klassischen Stadtwerken in diesem Punkt einiges voraus haben, sagte Jens Raschke, Partner und Leiter Utility Practices bei der Beratungsgesellschaft Bearing Point. So seien die High-Tech-Branche, Unterhaltungsindustrie und Onlinemedien in ihrem Digitalisierungsprozess viel weiter. Aber auch das Gesundheitswesen, die Pharmaindustrie sowie die Telekommunikationsbranche seien der Energiebranche

enteilt.

Dabei bietet die Digitalisierung eine Chance auf Veränderungen im Zuge der Energiewende und steht für einen fundamentalen Wandel im gesellschaftlichen Leben, fügte Katherina Reiche hinzu, VKU-Hauptgeschäftsführerin. "Aus der Verbandssicht beobachte ich aber, dass viele kommunale Unternehmen sich auf den Weg zur Digitalisierung gemacht haben, alleine oder in Kooperation." Als Beispiele nannte Reiche die Smart-Home-Anwendung "Hilden Home" der Stadtwerke Hilden ([energategate berichtete](#)), die App "Daheim" sowie die Stadtwerkebeteiligungsgesellschaft Thüga. Rund 40 Prozent der Unternehmen setzen auf Kooperationen und Synergien, um Risiken aufzuteilen, die Innovationen zu fördern und den Personaleinsatz zu optimieren, sagte sie mit Verweis auf eine [aktuelle Umfrage](#) der Energy-Academy. "Kooperationen sind für Energieversorger von existenzieller Bedeutung", stimmte Peter Birkner, Geschäftsführer der Denkfabrik House of Energy aus Kassel, zu. "Die Unternehmen sollten sich im Klaren sein, dass es die früheren großen Margen nie wieder geben wird. Mehr noch, die Unternehmen müssen bereit sein, auch diese kleine Marge mit ihren Kooperationspartnern zu teilen." Diese Erkenntnis müsse sich schnell im Bewusstsein der Versorgungsunternehmen einprägen.

Für Tobias Brosze, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Stadtwerke Mainz, ist die Digitalisierung längst kein IT-Thema mehr. "Die Technologie steht bereits zur Verfügung", so Brosze. Vielmehr müsse die Digitalisierung zu einem emotionalen Thema werden. Zwar sei das Kerngeschäft um den Strom- und Gasvertrieb weit davon entfernt, jedoch könnten die Stadtwerke sowohl in diesem Segment als auch bei den neuen Produkten das Kundeninteresse wecken. Dies könne über das regionale Bewusstsein des Versorgers funktionieren. "Regional ist das neue Bio." Im Wettkampf mit den globalen Playern habe ein Stadtwerk in der Regel einen Standort- und Vertrauensvorteil. Mit diesem Vertrauensvorschuss und mit den emotionaleren Themen Sicherheit und Komfort haben die kommunalen Versorger den Wettbewerbern von außen einiges voraus. "Wir denken oft in unseren Versorgungsmaßstäben", bemängelte Brosze. "Dabei geht es um eine gewisse Coolness von Produkten." Was die Branche mit Blick auf die Digitalisierungsstrategien benötige, sei keine Technologie, sondern eine andere geistige Haltung zu dem Vorhaben. "Wir können es schaffen, Spaß an diesem Thema zu vermitteln", so sein Appell an die Teilnehmer des Workshops. /am