

## Digitalisierung und Energiewirtschaft – den Kunden nicht vergessen

Wie viele andere Marktteilnehmer aus dem Energieumfeld war auch ich auf der diesjährigen e-World 2018, um aktuelle Trends und Strömungen aus dem Markt aufzunehmen. Dazu habe ich mich für eine Teilnahme am Fachkongress Zukunftsenergien der Energieagentur NRW entschieden und zudem viele Gespräche mit Vertretern der sogenannten „Neuen Energiewirtschaft“ geführt. Beeindruckt war ich von den zahlreichen „Pitches“ der Start Up Unternehmen, dem Elan und Empathie, mit der viele Gründerinnen und Gründer Ihre Geschäftsmodelle vorstellten. Das allgegenwärtige „Fast-Buzzword“ Digitalisierung wurde immer dann greifbar, wenn es um Daten und Datenströme ging, die von intelligenten Systemen erzeugt, in Richtung der User gelenkt und einen Mehrwert erzielen.

Beispiele finden sich in der gesamten energiewirtschaftlichen Wertschöpfung

- bei der Messdatenerhebung von alten Ferraris-Zählern anhand digitaler Bilderkennungsoftware mittels Smart Phone inkl. Dashboard für den Stromkunden und Schnittstellen zu EDM/ Abrechnungssystemen der Stadtwerke
- bei der Legung von Angeboten für RLM Kunden ab 100.000 kWh Jahresverbrauch auf einem digitalen Marktplatz, auf dem potenzielle Kunden ihre Lastgangdaten hochladen können
- bei der (Grün-)Strombelieferung von Endkunden, die sich über eine Blockchain-basierte „Peer to Peer Plattform“ ihren Stromanbieter aus einem Pool regionaler Erzeugungsanlagen aussuchen können und jederzeit Transparenz über verbrauchte kWh samt zugehörigen Herkunftsnachweis bekommen – und das bis zu einer Granularität von ¼ h Werten
- beim Geschäft hinter dem Zähler durch Kopplung von Stromtarifen mit „smarten“ Metern und der Transparenz über Verbrauchsdaten, ohne die Effizienzziele nicht erreichbar sind

Damit ist die Digitalisierung ein „Enabler“ für Kunden-Mehrwerte.

*Es sind nicht Technologien, die die Welt verändern,  
sondern die Leute, die diese nutzen (Sascha Lobo,  
06.02.2018, 22. Fachkongress der Energieagentur  
NRW)*

Und damit entscheiden am Ende die User, ob sich ein Geschäftsmodell langfristig rechnet oder eben nicht.

Im Fall der Marktplattformen sind User sowohl Anbieter als auch Nachfrager von Strom, die sich auf einen Preis einigen. Strommengen aus Wind oder Solaranlagen, die keine EEG Förderung mehr enthalten, müssen dann auf eine entsprechende Grünstromnachfrage treffen.

*Wenn die DNA einer Plattform „angebotslastig“ ist und primär auf die Verlängerung von Renditen nach Auslaufen der EEG Förderung abzielt, werden Stromkunden dies früher oder später mitbekommen (eigenes Zitat)*

Aufbereitete Datenströme wie Erzeugungs- und Verbrauchsdaten gekoppelt mit Herkunftsnachweisen kommen dann eben nicht im „Kunden Dash Board“ an. Und kein Stromkunde wird dann dafür etwas zahlen. Hier glaube ich, dass mittelfristig nur die Plattformen überleben werden, die auf Mehrwerte und Usability der Stromkunden fokussieren.

Die Möglichkeit, zu jeder Stunde seinen Strommix ändern zu können, ist dabei auf die breite Masse der Kunden gesehen sicher weniger wert als z.B. die monatliche Visualisierung der Verbrauchs- und Abrechnungsdaten oder „virtual“ Reality Views von ausgewählten Anlagen.

*Auch bei verpflichtenden Maßnahmen wie der Einführung von Smart Meter Gateways und den darauf aufzubauenden Geschäftsmodellen gilt es, den Verbraucher und Endkunden ernst und mit zu nehmen*

Das gilt auch und insbesondere beim Thema Datenschutz und den damit verbundenen „Ängsten“ - wie ein Vertreter der Verbraucherzentrale NRW feststellte. Ein weiteres Warten auf die finale SMG - Zertifizierung des BSI sollte somit auch kein Problem darstellen. "Gründlichkeit geht vor Schnelligkeit" schlägt in diesem Fall den bei Start Ups beliebten Slogan "better done than perfect".

Teure Nachjustierungen wie im Fall der ungesicherter Ladekarten und Protokolle beim Zugang zu e-Ladesäulen, welche innerhalb von 2 Minuten von Mitgliedern des Chaos Computer Club gehackt worden sind, könnten so vermieden werden.