

# Überlegst du noch, oder machst du schon?

## **SMART-METERING** Bei den einen sind die Rollout-Vorbereitungen schon weit fortgeschritten, bei anderen noch ganz am Anfang

– **MÜNCHEN** – Die »Projekt:Unternehmensberatung« hat eine Masterthesis betreut, die den Umsetzungsstatus beim Smart-Meter-Rollout bei diversen deutschen Energieversorgern abgefragt und analysiert hat. Demnach sind viele Unternehmen mit den Vorbereitungen schon weit fortgeschritten, während einige andere bisher kaum etwas gemacht haben, um ein tragfähiges Vorgehensmodell zu entwickeln. Eine Minderheit gab sogar an, sich bisher noch gar nicht mit dem Thema »Smart Metering« auseinandergesetzt zu haben und dass es diesbezüglich kein internes Projekt gibt. Was jedoch alle Unternehmen gleichermaßen beschäftigt: Wie sieht der konkrete Kundennutzen aus und welche Vertriebs- und Marketingstrategie ist nun die richtige?

**Unterschiedliche Niveaus** | Im Rahmen der Masterthesis wurden 44 deutsche Energieversorger angesprochen, davon beteiligten sich 22 an einer Online-Befragung. »Die Untersuchung spiegelt grundsätzlich auch unsere Erfahrungen aus der Beratungspraxis wider, auch wenn die Stichprobe eher klein war«, so *Stefan Biesalski*, Geschäftsführer und Inhaber der Münchner »Projekt:Unternehmensberatung«: »Die Vorbereitungen auf diese Herausforderungen laufen sehr heterogen in den einzelnen Häusern ab und nicht jeder hat Stand heute einen Plan, wie er diese bewältigen möchte.«

55 Prozent der befragten Unternehmen bewerten die individuellen Vorbereitungen als fortgeschritten. Dieser durchaus ermutigenden Zahl stehen 30 Prozent entgegen, die angeben, dass sie noch in ganz frühen Anfängen stecken. Zudem werden im Smart-Metering-Kontext mehr Risiken als Chancen gesehen. Dazu gehören vor allem die steigenden Kosten, die zunehmende Komplexität und die fehlende Kundenakzeptanz.

Was alle Unternehmen wiederum eint, ist die Tatsache, dass sie die Grundzuständigkeit für den Messstellenbetrieb nicht abgeben wollen (95 Prozent). Überraschend waren die Aussagen, dass fast 40 Prozent der befragten Unternehmen die Gateway-Administration (GWA) mit eigenem Personal und SaaS-Lösungen umsetzen möchten. Viele sind sich der konkreten Reichweite und Auswirkungen anscheinend noch nicht bewusst, hier gilt es als erstes eine klare Sichtweise für die anstehenden Herausforderungen zu entwickeln. Betrachtet man allerdings nur die kleinen Unternehmen (bis 50 Mitarbeiter), so liegt der Anteil der Komplettvergabe an einen Dienstleister bei 100 Prozent.

**Interne Diskrepanzen** | Dass Smart Metering kein Schreckgespenst für die Kollegen im Messstellenbetrieb ist, bestätigt die Aussage, dass gut 70 Prozent der Befragten den Betrieb und die Entstörung auf jeden Fall mit eigenem Personal abbilden möchten. Um die Massen beim Turnustausch auch gut bewältigen zu können, erwägen etwa 75 Prozent, externe Hilfe in Anspruch zu nehmen.

Biesalski: »In Teilen gibt es Diskrepanzen zwischen der Sicht technischer und kaufmännischer Mitarbeiter.« Am deutlichsten zeigt sich der Unterschied bei den zu erledigenden Aufgaben im Projekt Smart Metering. Zwei Drittel der befragten Techniker sehen etwa »Hardware festlegen und beschaffen« als wichtige Aufgabe. Bei den Kaufleuten sagt dies so keiner. Die Vermutung liegt nahe, dass die aufgesetzten Projekte nicht unbedingt beide Seiten miteinander vereinen und hier Nachholbedarf besteht. Ferner wird das Projekt oftmals aus einer eher technischen Sicht betrachtet.

Auch wenn in der Branche Kooperationen nicht immer leicht umzusetzen sind, tritt beim Messstellenbetrieb doch das Einende in den Vordergrund. Nur neun Prozent bewerten eine intensivere Zusammenarbeit als aktuell nicht interessant. Große Chancen sieht man beim Wissensaustausch, bei der gemeinsamen Hardwarebeschaffung und bei der Bündelung von GWA-Aktivitäten.

Zuletzt wurde noch nach den wichtigsten To-Dos im Kontext der Smart-Metering-Aktivitäten gefragt. Auch hier waren sich fast alle Unternehmen einig – Prozesslandschaften anpassen, Dienstleister finden und eine nachhaltige Vertriebsstrategie erarbeiten.

**Don't panic** | »Spätstarter« unterstützt die Unternehmensberatung mit einem Workshop, der die wichtigsten Grundlagen anschaulich und praxisorientiert vermitteln soll. »In Panik und Angst sollte man nicht ausbrechen, wenn man bisher eher wenig getan hat. Das wären die schlechtesten Entscheidungsratgeber«, sagt Biesalski. Vielmehr sollte nun zeitnah ein Projekt aufgesetzt, die Mannschaft unternehmensweit sensibilisiert und ein Aktivitätenplan erstellt werden. Weitreichende Entscheidungen sollte man ohne Druck und auf einer guten Datengrundlage treffen.