

Digital@EVU

BDEW Bundesverband der Energie und Wasserwirtschaft e.V.

Auswertung Alliander Netz Heinsberg GmbH

Analysebericht
Februar 2020

KEARNEY



IMProve

academy

bdew

e oesterreichs
energie.

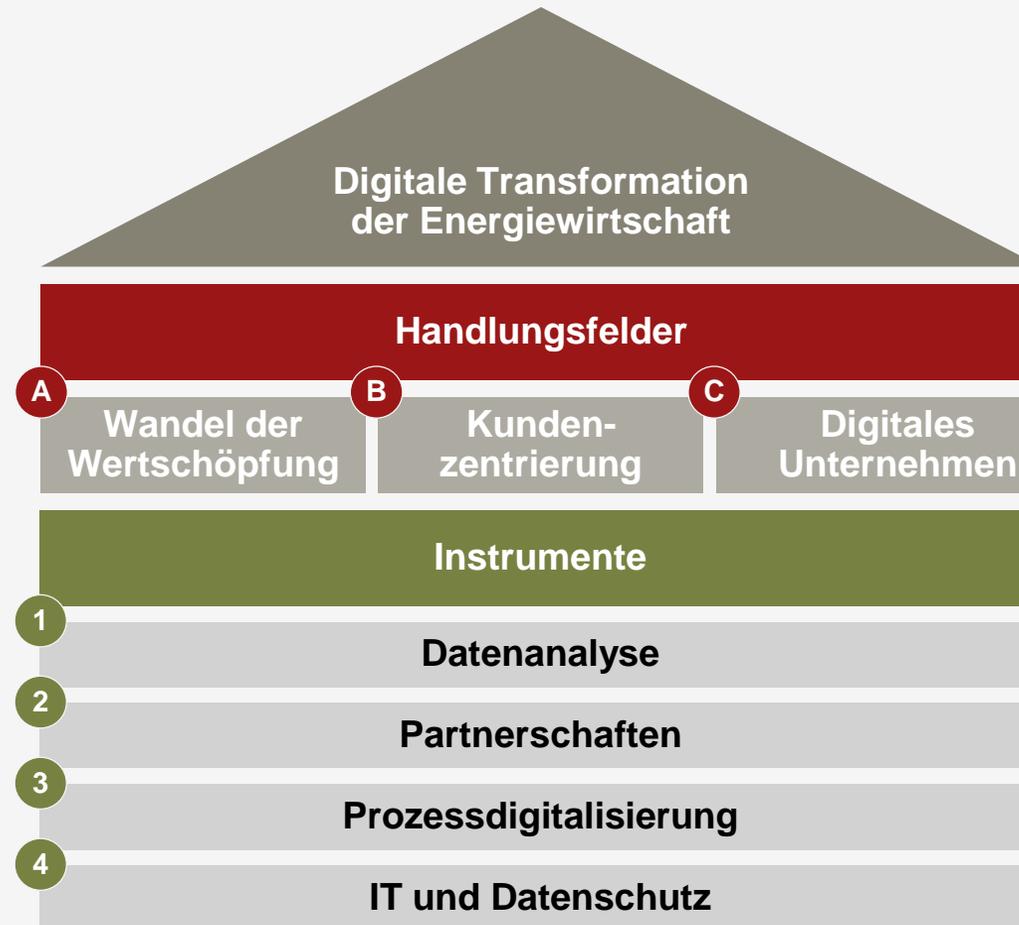
VS
AES

Digital@EVU
analysiert den
Digitalisierungsgrad
von Energie-
versorgern anhand
von drei Handlungs-
feldern und vier
Instrumenten

A Wandel der Wertschöpfung
Reifegrad und geschäftliche
Auswirkung der
Digitalisierungsstrategie

B Kundenzentrierung
Vorgehensweise und
Anwendungen zur
Kundenzentrierung

C Digitales Unternehmen
Steuerung und Entwicklung
von digitalen Initiativen/
Fähigkeiten



1 Datenanalyse
Reifegrad der Verwendung
von (Big) Data Analytics

2 Partnerschaften
Reifegrad der
Zusammenarbeit mit Partnern

3 Prozessdigitalisierung
Reifegrad der
Prozessdigitalisierung

4 IT und Datenschutz
Verankerung von IT und
Datenschutz

Zusätzlich werden sechs **Schwerpunktthemen** untersucht, die den Handlungsfeldern und Instrumenten zugeordnet sind

Smart City

A Wandel der Wertschöpfung

Realisierung von Smart City Anwendungsfällen zur Förderung der Intelligenz und Effizienz von Städten

KI und erweiterte Analytik

1 Datenanalyse

Reife von Anwendungen der Künstlichen Intelligenz (KI) und erweiterter Analytik bei Energieversorgern

Smart Meter

3 Prozessdigitalisierung

Status und Potenziale der Smart Meter Einführung

Vertriebskanäle Dritter

B Kundenzentrierung

Erfolgspotenzial und Vorgehen bei der Verwaltung von Vertriebskanälen Dritter

Blockchain

3 Prozessdigitalisierung

Reife und Anwendungsgebiete von Blockchain-Lösungen bei Energieversorgern

IT-Transformation

4 IT und Datenschutz

Angebot von Cloud-basierten Dienstleistungen und Entwicklung von IT-Fähigkeiten

Auf Basis Ihrer Selbsteinschätzung gehört Ihr Unternehmen mit einer Gesamtbewertung von 59% zu den Top-Digitalisierern in Deutschland

Zu **Top-Digitalisierern (TD)** zählen die Energieversorger mit einer TOP 10% Gesamtbewertung im nationalen/internationalen Vergleich

- Durchschnitt Deutschland (Dt.)
- Ihr Unternehmen
- Top-Digitalisierer

Überblick Alliander Netz Heinsberg GmbH

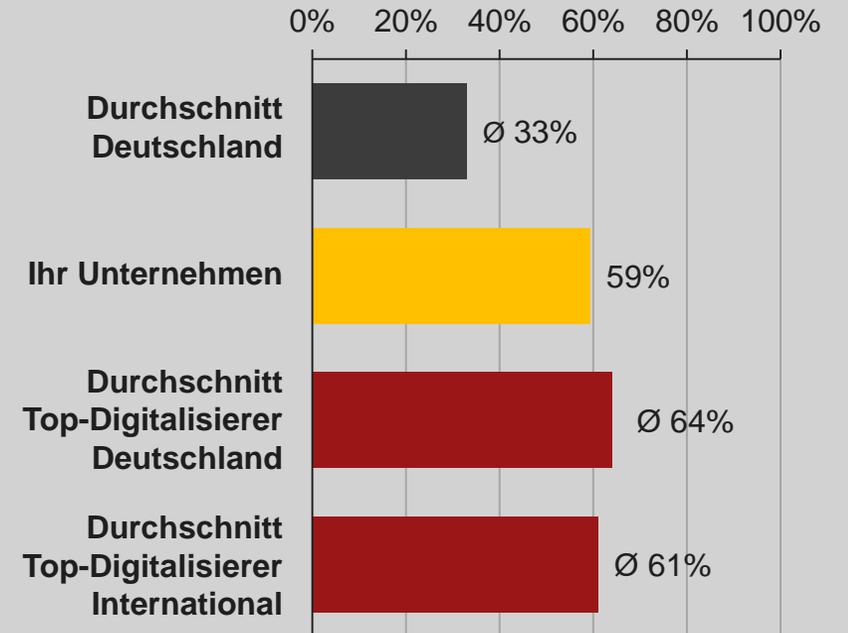
Kontakt: Rainer Bischoff (Leiter Netzwirtschaft)
Adresse: Boos-Fremery-Str. 70, 52525 Heinsberg
Mitarbeiter: 53
Umsatz: 32 Mio. €

Sparten:	Strom	X	Abwasser	
	Gas	X	Wärme	
	Wasser		Andere	

Wertschöpfungsstufen:	Zentrale Erzeugung	
	Dezentrale Erzeugung	
	Übertragung/ Verteilung	X
	Handel	
	Vertrieb	
	Messwesen	
	Energie Dienstleistungen	X
	Unterstützende Funktionen	

Ihre Gesamtbewertung

Auf Basis Ihrer Selbsteinschätzung gehört Ihr Unternehmen mit einer Gesamtbewertung von 59% zu den Top-Digitalisierern in Deutschland



Im nationalen und internationalen Vergleich gehört Ihr Unternehmen zu den Top-Digitalisierern

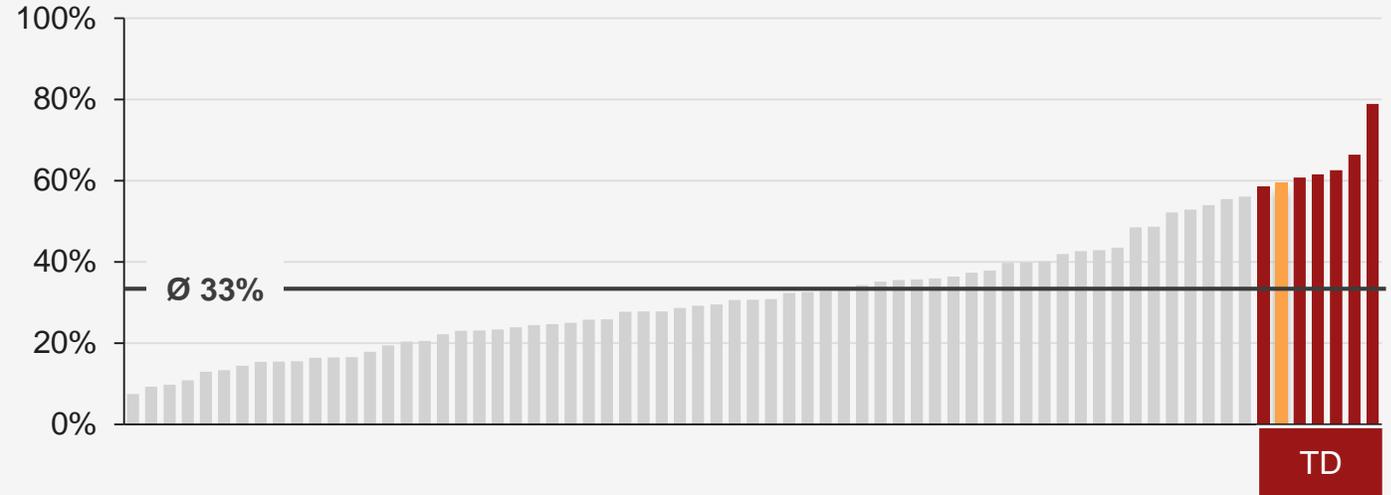
Zu **Top-Digitalisierern (TD)** zählen die Energieversorger mit einer TOP 10% Gesamtbewertung im nationalen/internationalen Vergleich

- Top-Digitalisierer
- Ihr Unternehmen

Ihre Gesamtbewertung im nationalen und internationalen Vergleich

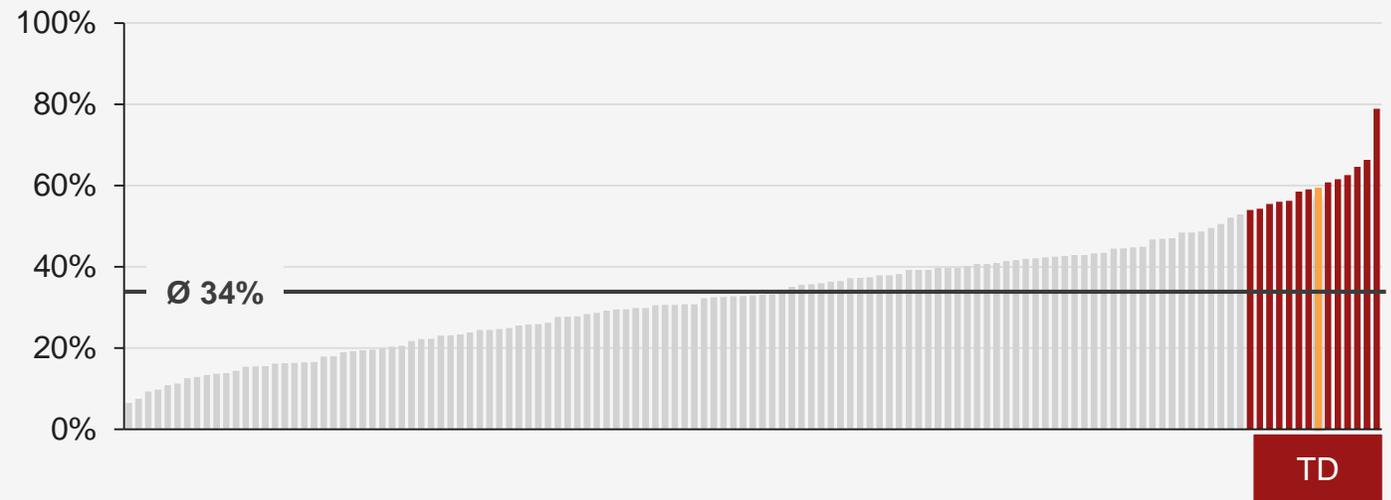
Nationaler Vergleich

Insgesamt haben 69 Energieversorger aus Deutschland an der Studie teilgenommen



Internationaler Vergleich

Zusätzlich haben 39 Unternehmen aus der Schweiz, 10 Unternehmen aus Österreich und 11 Unternehmen aus anderen Ländern an der Studie teilgenommen

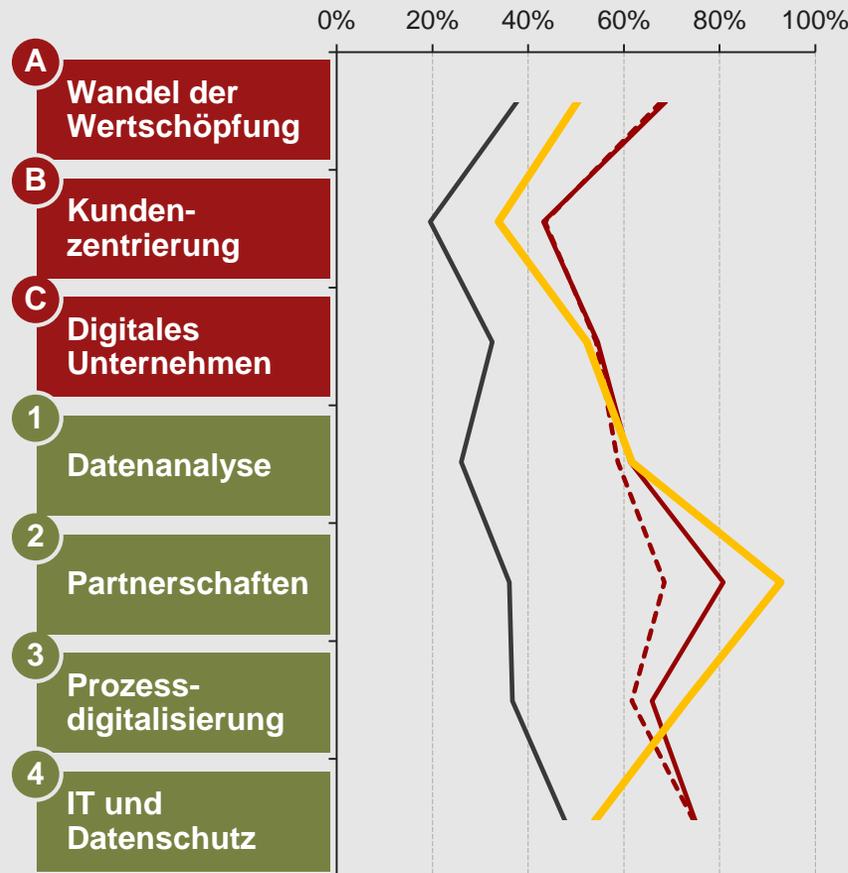


In 3 von 7 Analysebereichen liegen Sie mind. gleichauf mit den TD, Partnerschaften gehören zu Ihren Stärken

Zu **Top-Digitalisierern (TD)** zählen die Energieversorger mit einer TOP 10% Gesamtbewertung im nationalen/internationalen Vergleich

- Durchschnitt Deutschland
- Ihr Unternehmen
- Top-Digitalisierer Deutschland
- - - Top-Digitalisierer International

Ihre Selbsteinschätzung in den Analysebereichen



Ihr Beantwortungsgrad für bewertungsrelevante Fragen in den Analysebereichen: A (100%), B (100%), C (100%), 1 (54%), 2 (100%), 3 (45%), 4 (100%)

Quelle: Kearney, IMP³rove, BDEW, VSE, Oesterreichs Energie

Unsere Wertung

Sie besitzen eine Digitalisierungsstrategie, Potenzial zur Optimierung dieser besteht u. a. in der Dokumentation der Strategie. Kosten- und umsatzseitig wirkt sich die Digitalisierung bereits positiv bei Ihnen aus.

Ihre Kundeninteraktion ist bereits überdurchschnittlich digital, jedoch können Sie z. B. mehr Kosteneinsparungspotenziale realisieren. Wirkung sehen Sie bereits bei einem Anwendungsfall.

Die Entwicklung digitaler Fähigkeiten treiben Sie stärker voran als der Durchschnitt und gehören hier zu den TD, Potenziale bestehen u. a. bei der Personalstrategie. Agile Methoden nutzen Sie mit Erfolg.

Ihre Datenanalyse hat einen überdurchschnittlichen Reifegrad, jedoch können Sie diese u. a. durch den Aufbau einer Enterprise Big Data Architektur optimieren.

Kooperationen zur Digitalisierung sind bei Ihnen bereits fest verankert, sie sind hier auch im Vergleich zu TD führend, Optimierungspotenzial liegt noch in der geschäftlichen Auswirkung dieser.

Entlang Ihrer Wertschöpfungsstufen haben Sie auch im Vergleich mit TD ein hohes Maß an Prozessdigitalisierung.

Sie haben bereits ein gutes Maß an IT-Unterstützung und Datenschutz für Ihre Geschäftsprozesse, Potenzial liegt jedoch z. B. in der Einführung eines zweistufigen IT-Ansatzes.

Lücke zur optimalen Bewertung: ■ <20% ■ 20-40% ■ 40-60% ■ 60-80% ■ >80%

Logik zur Ermittlung der **Gesamtbewertung**

Die **Gesamtbewertung** wird anhand des Durchschnitts der Bewertungen in den Analysebereichen ermittelt

Alle Analysebereiche werden gleich gewichtet

Die **Bewertung in den Analysebereichen** erfolgt anhand des Durchschnitts der Fragen eines Analysebereichs

Kontextuelle Fragen (z.B. Umsatz, Ambitionen) werden nicht berücksichtigt

Übersicht über die Analysestruktur der Gesamtbewertung (Analysebereiche, Themen, Anzahl Fragen)

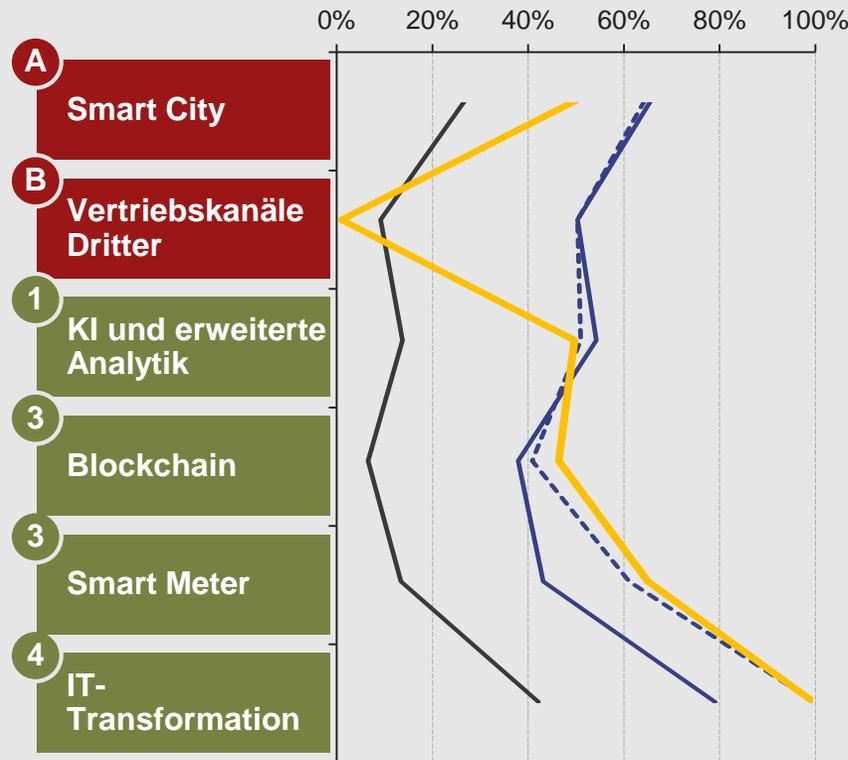
	<p>A Wandel der Wertschöpfung</p> <p>Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Digitalisierungsstrategie – Geschäftliche Auswirkung der Digitalisierungsstrategie <p>Anzahl Fragen: 13</p>	<p>B Kunden-zentrierung</p> <p>Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Aussagen zur Kundenzentrierung – Reifegrad der Implementierung von Anwendungsfällen <p>Anzahl Fragen: 14</p>	<p>C Digitales Unternehmen</p> <p>Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Aussagen zu digitalen Fähigkeiten – Steuerung und Budget für digitale Initiativen – Agile Methoden <p>Anzahl Fragen: 11</p>
<p>1 Daten-analyse</p> <p>Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Aussagen zur Datenanalyse – Reifegrad von Anwendungen zur Datenanalyse <p>Anzahl Fragen: 13</p>	<p>2 Partner-schaften</p> <p>Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Umsetzung und Erfolg von Partnerkollaborationen <p>Anzahl Fragen: 5</p>	<p>3 Prozess-digitalisierung</p> <p>Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Aussagen zur Prozessdigitalisierung – Reifegrad von Anwendungen zur Prozessdigitalisierung <p>Anzahl Fragen: 11</p>	<p>4 IT und Datenschutz</p> <p>Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Aussagen zur IT-Organisation <p>Anzahl Fragen: 13</p>

In 4 der 6 Schwerpunktthemen sind Sie Vorreiter

Zu **Schwerpunkt (SP)-Vorreitern** zählen die Energieversorger mit einer TOP 10% Bewertung in einem Schwerpunktthema

- Durchschnitt Deutschland
- Ihr Unternehmen
- Ø Schwerpunkt-Vorreiter Deutschland
- - - Ø Schwerpunkt-Vorreiter International

Ihre Selbsteinschätzung in den Schwerpunktthemen



Ihr Beantwortungsgrad für bewertungsrelevante Fragen in den Schwerpunktthemen: A (63%), B (0%), 1 (40%), 3 - Blockchain (100%), 3 - Smart Meter (100%), 4 (100%)

Quelle: Kearney, IMP³rove, BDEW, VSE, Oesterreichs Energie

Unsere Wertung

Wie 65% der EVUs bieten Sie bereits Smart City Produkte an und sehen bereits den Erfolg der Fernauslesung von Verbrauchsdaten. Weiteres Potenzial liegt in dem geplanten intelligenten Verkehrssystem.

Laut Ihren Angaben hat Ihr Unternehmen keinen Vertrieb und ist daher nicht auf Vertriebskanälen Dritter vertreten.

KI und erweiterte Analytik hat bei Ihnen einen überdurchschnittlichen Reifegrad, Potenzial liegt in der Umsetzung der geplanten Anwendung.

Sie sind ein SP-Vorreiter für Blockchain, Sie haben u. a. bereits die P2P-Stromerzeugung umgesetzt - die Umsetzung weiterer Anwendungen bietet Potenzial.

Sie sind ein SP-Vorreiter. Wie 24% der EVUs haben Sie die Pilotphase für Smart Metering gestartet, weiteres Potenzial liegt u.a. in der Erstellung von Effizienzvorschlägen für Kunden.

Sie sind ein SP-Vorreiter für die IT-Transformation. Entsprechend sind bereits 100% Ihrer Dienstleistungen Cloud-basiert.

Lücke zur optimalen Bewertung:

- <20%
- 20-40%
- 40-60%
- 60-80%
- >80%

Logik zur Ermittlung der **Schwerpunkt-Bewertungen**

Die **Schwerpunkt-Bewertungen** werden separat für jedes Schwerpunktthema ausgewiesen und fließen nicht in die Gesamtbewertung ein

Die Schwerpunkt-Bewertungen erfolgen anhand des Durchschnitts der Fragen eines Schwerpunktthemas

Kontextuelle Fragen (z.B. Umsatz) werden nicht berücksichtigt

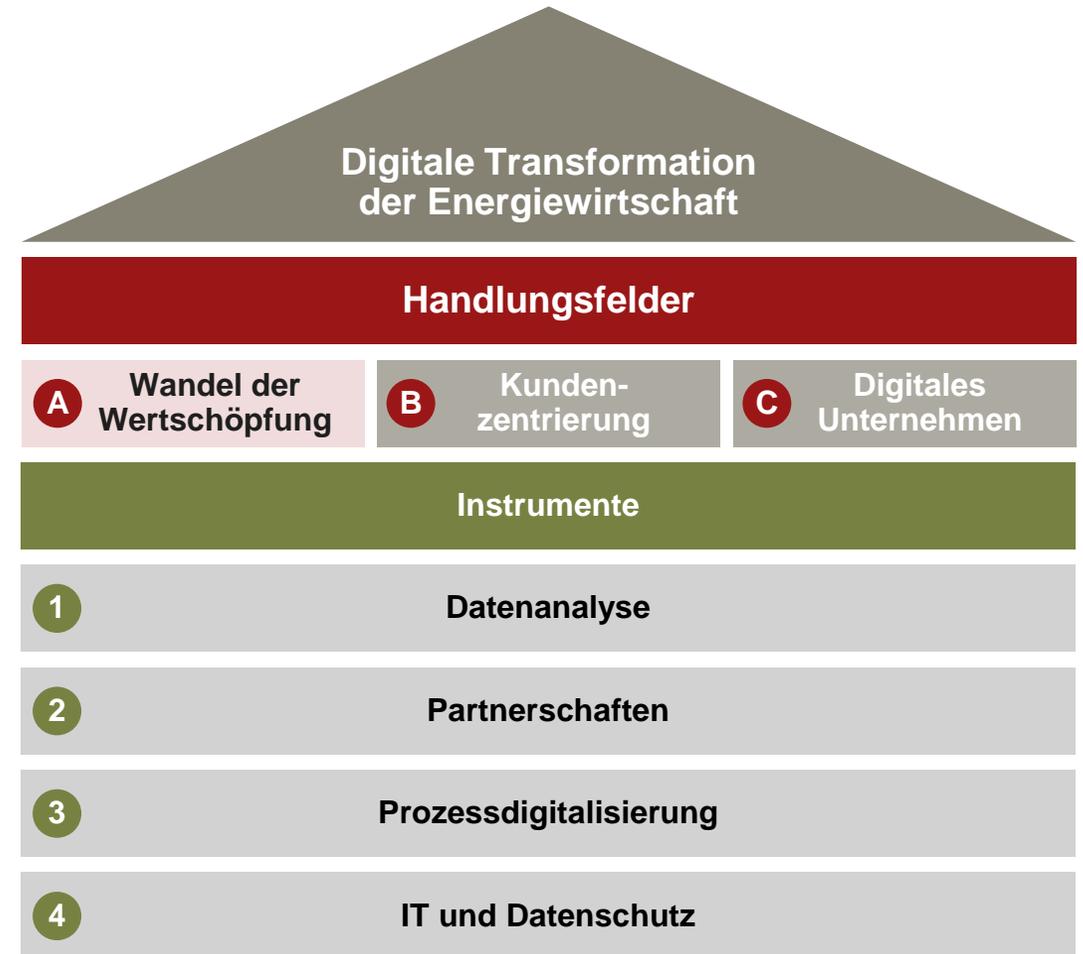
Übersicht über die Analysestruktur der **Schwerpunkt-Bewertungen** (Schwerpunktthema, Anzahl Fragen)

A Smart City <ul style="list-style-type: none">– Smart City Kunden– Reifegrad der Umsetzung von Smart City Anwendungsfällen Anzahl Fragen: 8	B Vertriebskanäle Dritter <ul style="list-style-type: none">– Anzahl Vergleichsportale– Anteil am Gesamtumsatz– Churn-Rate der neu gewonnenen Kunden Anzahl Fragen: 4	1 KI und erweiterte Analytik <ul style="list-style-type: none">– Reifegrad der Umsetzung von KI Anwendungsfällen Anzahl Fragen: 10
3 Block-chain <ul style="list-style-type: none">– Stand der Umsetzung von Blockchain Anwendungen Anzahl Fragen: 5	3 Smart-Meter <ul style="list-style-type: none">– Stand der Einführung– Realisierung von Nutzenpotenzialen Anzahl Fragen: 12	4 IT-Transformation <ul style="list-style-type: none">– Angebot von Cloud-basierten Dienstleistungen Anzahl Fragen: 1

A) Wandel der Wertschöpfung

Strategie ist nicht gleich Strategie.

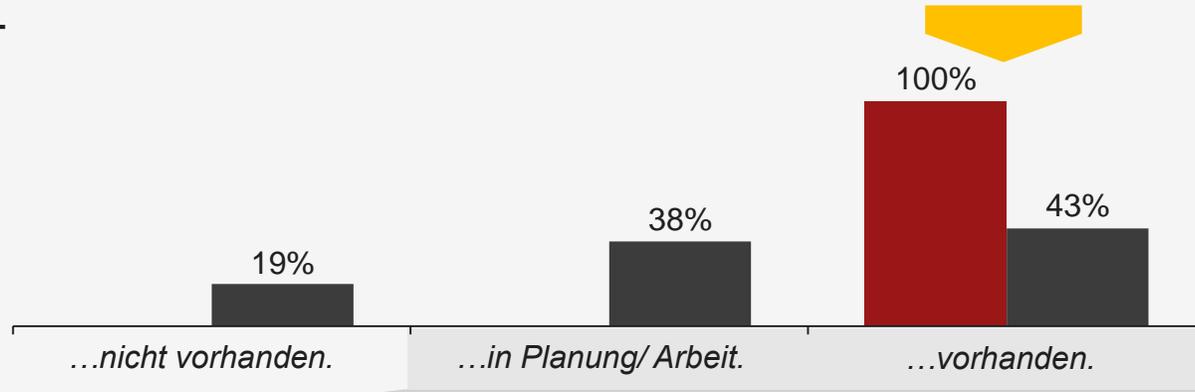
Das Handlungsfeld **Wandel der Wertschöpfung** deckt alle Themen rund um die Digitalisierungsstrategie und die digitale Wertschöpfung ab. Smart City ist ein Schwerpunktthema.



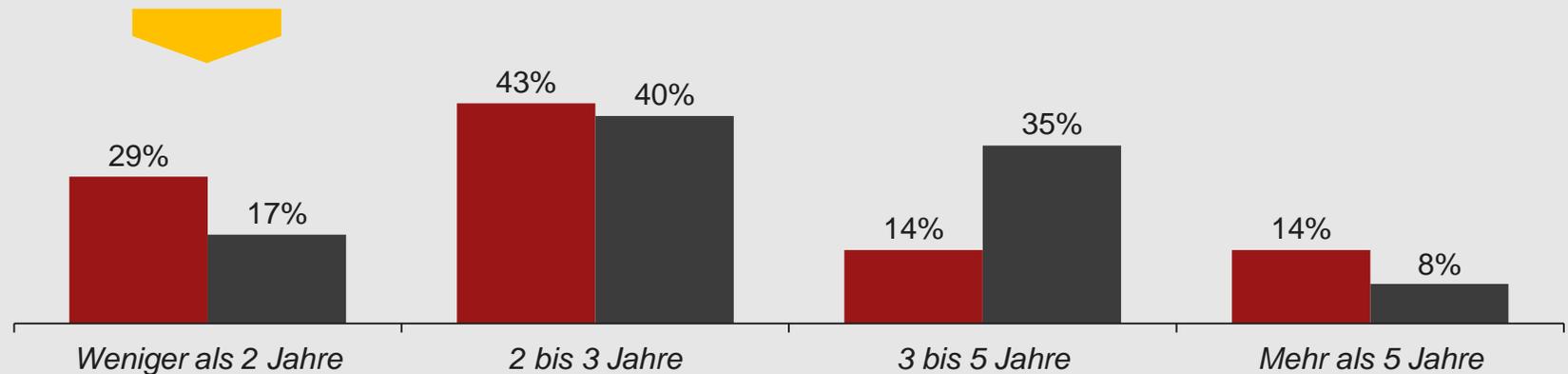
Wie 29% der Top-Digitalisierer decken Sie mit Ihrer Digitalisierungsstrategie einen Zeitraum von weniger als 2 Jahren ab

Definition einer Digitalisierungsstrategie

Eine Digitalisierungsstrategie ist in unserem Unternehmen...



Durch die Digitalisierungsstrategie abgedeckter Zeitraum

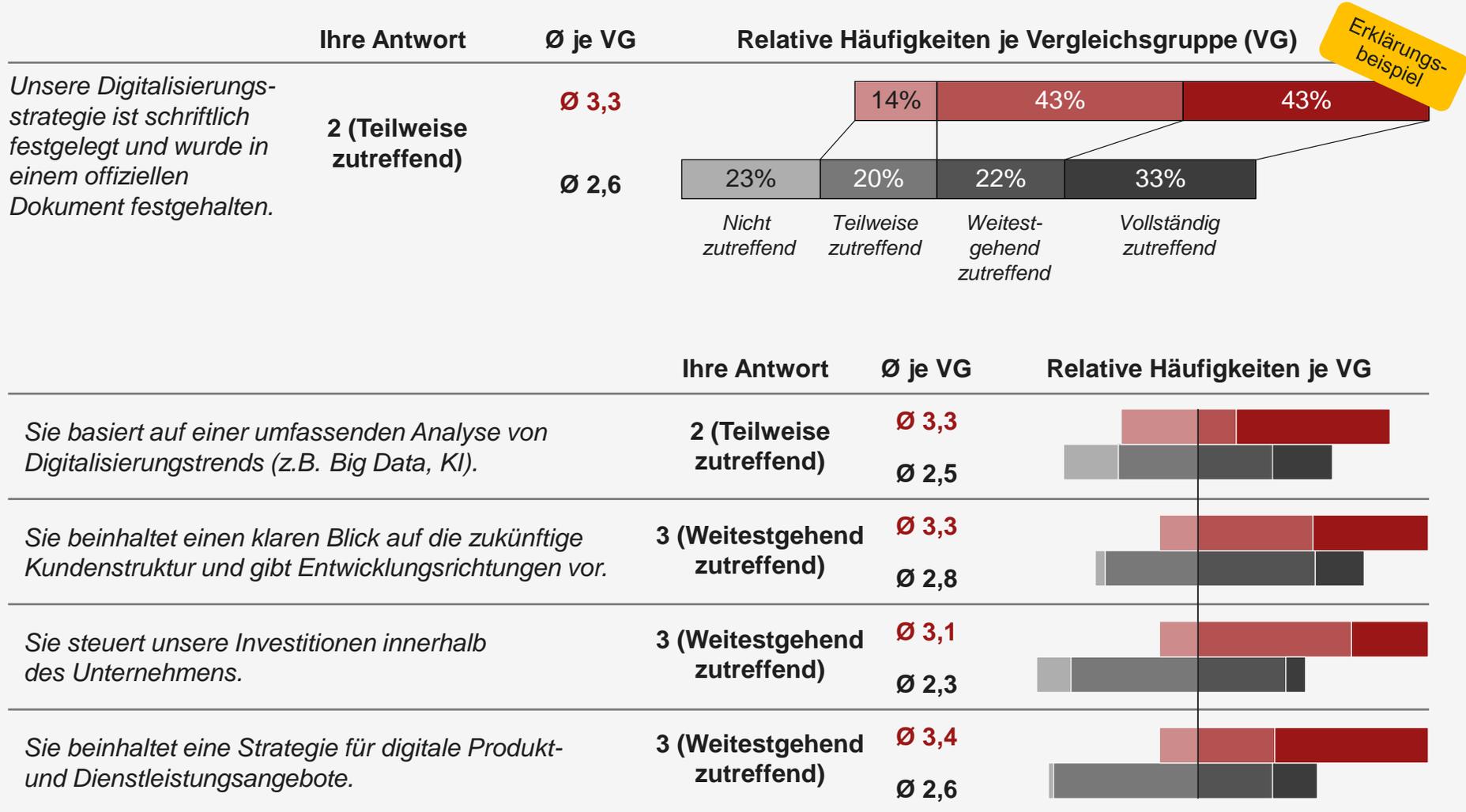


- ▾ Ihre Selbsteinschätzung
- Top-Digitalisierer Dt.
- Durchschnitt Dt.

A) Wandel der Wertschöpfung

Im Vergleich zu den Teilnehmern adressiert Ihre Digitalisierungsstrategie die untersuchten Erfolgsfaktoren unterdurchschnittlich

Charakteristika der Digitalisierungsstrategie (I/II)



Erklärungsbeispiel

Nicht zutreffend
 Teilweise zutreffend
 Weitestgehend zutreffend
 Vollständig zutreffend

Top-Digitalisierer Dt.
Durchschnitt Dt.



A) Wandel der Wertschöpfung

Dt. = Deutschland, VG = Vergleichsgruppe, N/A = Keine Angabe
Quelle: Kearney, IMP3rove, BDEW, VSE, Oesterreichs Energie

Im Vergleich zu den Teilnehmern adressiert Ihre Digitalisierungsstrategie die untersuchten Erfolgsfaktoren unterdurchschnittlich

Nicht zutreffend
Teilweise zutreffend
Weitestgehend zutreffend
Vollständig zutreffend

Top-Digitalisierer Dt.



Durchschnitt Dt.



A) Wandel der Wertschöpfung

Charakteristika der Digitalisierungsstrategie (II/II)

	Ihre Antwort	Ø je VG	Relative Häufigkeiten je VG
<i>Sie wird jährlich auf ihre Zukunftssicherheit überprüft.</i>	3 (Weitestgehend zutreffend)	Ø 3,4 Ø 2,5	
<i>Sie setzt finanzielle Ziele für die Digitalisierungsaktivitäten.</i>	2 (Teilweise zutreffend)	Ø 3,3 Ø 2,3	
<i>Unsere Mitarbeiter kennen die Ziele und den Inhalt der Digitalisierungsstrategie.</i>	2 (Teilweise zutreffend)	Ø 2,7 Ø 2,3	
<i>Sie identifiziert transparent den Ressourcenbedarf und priorisiert und koordiniert sinnvoll unseren Ressourceneinsatz.</i>	2 (Teilweise zutreffend)	Ø 3,1 Ø 2,1	
<i>Sie umfasst relevante Initiativen, Projekte und Programme.</i>	2 (Teilweise zutreffend)	Ø 3,6 Ø 3,0	

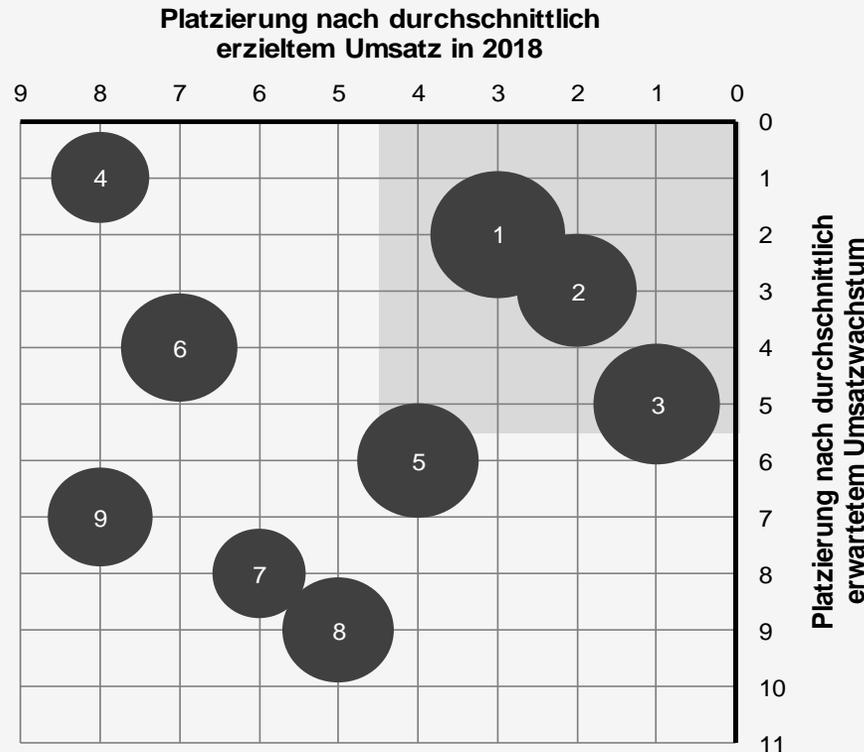
Dt. = Deutschland, VG = Vergleichsgruppe, N/A = Keine Angabe
Quelle: Kearney, IMP³rove, BDEW, VSE, Oesterreichs Energie

Sie sind in 3 der Top 3 Geschäftsfelder für digitale Produkte und Dienstleistungen aktiv

- Größe der Blasen entspricht dem Abdeckungsgrad eines Geschäftsfelds
- Rangbildung anhand des Durchschnitts
- Nummerierung der Blasen nach Geschäftspotenzial

Umsatzbeitrag und -wachstum von digitalen Produkten und Dienstleistungen

Einordnung von digitalen Produkten/ Dienstleistungen¹ durch deutsche EVUs



1 = Top-Platzierung mit höchstem durchschnittlich erzieltm absoluten Umsatz in 2018 bzw. mit höchstem durchschnittlich erwartetem Umsatzwachstum bis 2022

1. In der Abbildung werden nur für Ihre Wertschöpfungsstufen relevante digitale Produkte und Dienstleistungen angezeigt, Abg. = Abgedeckt, N. abg. = Nicht abgedeckt, - = Keine Angabe
ZEV = Zusammenschluss zum Eigenverbrauch
Quelle: Kearney, IMP³rove, BDEW, VSE, Oesterreichs Energie

Abdeckung von digitalen Produkten und Dienstleistungen

A: Ihre digitalen Produkte und Dienstleistungen
B: Abdeckungsgrad der digitalen Produkte und Dienstleistungen durch deutsche EVUs

Digitale Produkte und Dienstleistungen		A	B
1	Digitales Kunden-Self-Service-Portal	Abg.	84%
2	Energiemanagementlösungen für Kommunen und die Industrie	Abg.	66%
3	Dienstleistungen für dezentrale Erzeugungsanlagen	Abg.	75%
4	Installation/ Management von ZEV/ Microgrids	Abg.	43%
5	Energiemanagementlösungen für Endkunden	Abg.	69%
6	Smart City/ Smart Building	Abg.	62%
7	Smart Home Produkte	N. abg.	41%
8	Laststeuerung	N. abg.	57%
9	Apps für Energiedienstleistungen	Abg.	51%

A) Wandel der Wertschöpfung

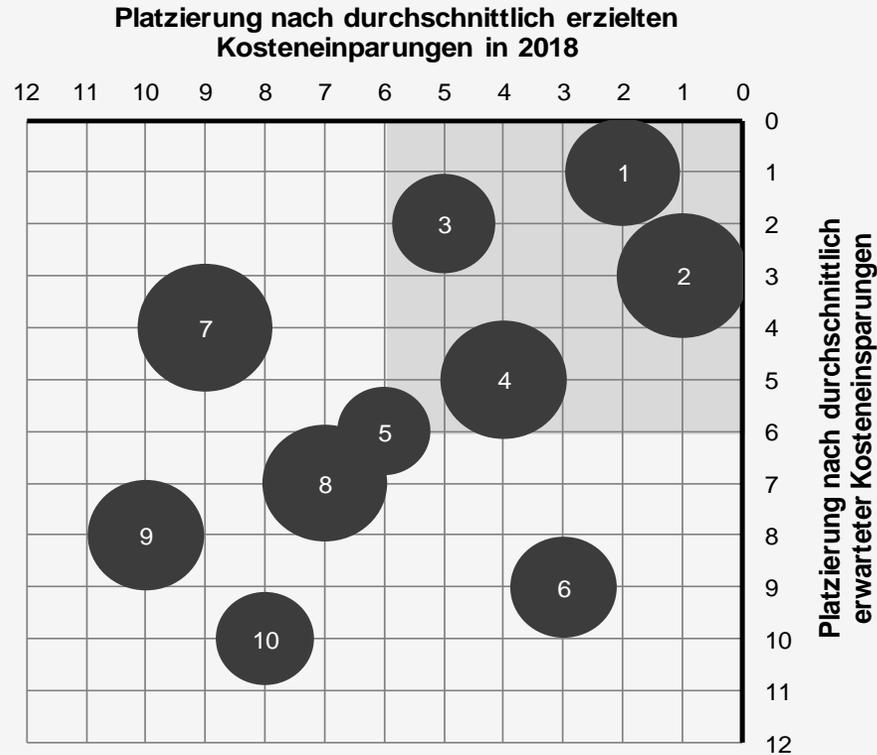
Sie sind in 4 der Top 5 Bereiche für digitale interne Optimierungen aktiv

- Größe der Blasen entspricht dem Abdeckungsgrad eines Optimierungsbereichs
- Rangbildung anhand des Durchschnitts
- Nummerierung der Blasen nach Geschäftspotenzial

A) Wandel der Wertschöpfung

Aktuelle und erwartete Kosteneinsparungen durch digitale interne Optimierungen

Einordnung von digitalen Optimierungen¹ durch deutsche EVUs



1 = Top-Platzierung mit höchsten durchschnittlich erzielten Kosteneinsparungen in 2018 bzw. mit höchsten durchschnittlich erwarteten Kosteneinsparungen bis 2022

1. In der Abbildung werden nur für Ihre Wertschöpfungsstufen relevante Optimierungsbereiche angezeigt, Abg. = Abgedeckt, N. abg. = Nicht abgedeckt, - = Keine Angabe

Quelle: Kearney, IMP³rove, BDEW, VSE, Oesterreichs Energie

Abdeckung von digitalen internen Optimierungen

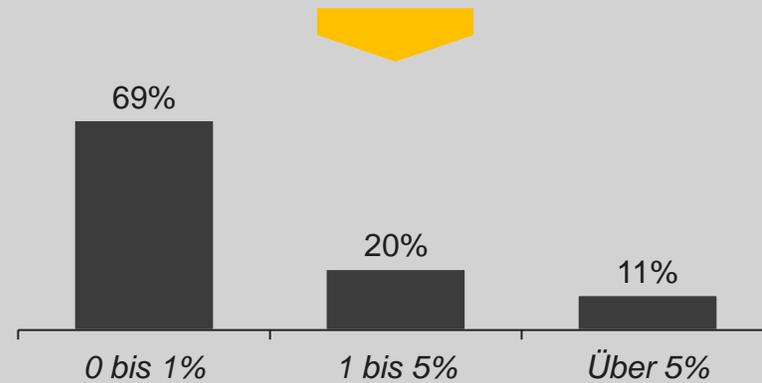
A: Ihre Optimierungsbereiche

B: Abdeckungsgrad der Optimierungsbereiche durch deutsche EVUs

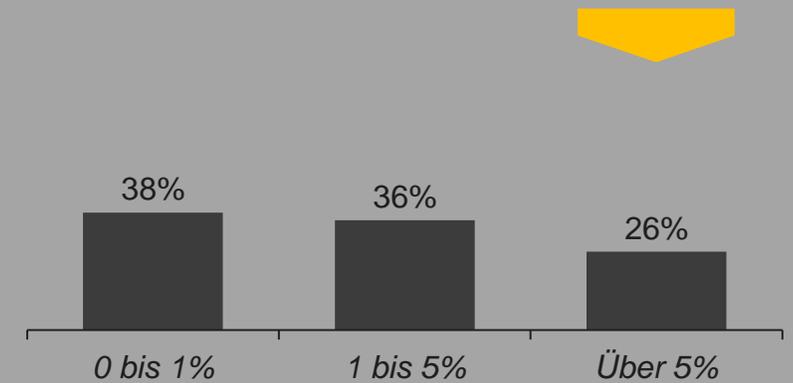
Optimierungsbereiche	A	B
1 Mobiles Workforce-Management-Tool	Abg.	64%
2 Digitales Kunden-Self-Service-Portal	N. abg.	84%
3 Supply Chain Management Tools	Abg.	53%
4 Vorausschauende Instandhaltung	Abg.	77%
5 Bauprojektmanagement-Tool	Abg.	42%
6 Enterprise Asset Management	Abg.	55%
7 Smart Metering	Abg.	89%
8 Erzeugungs- und Lastmanagement	Abg.	75%
9 Systeme für die Netzautomatisierung	Abg.	66%
10 Chatbots für die Kundeninteraktion	N. abg.	47%

Mit einem Umsatzbeitrag von 1 - 5% für digitale Produkte und Dienstleistungen gehören Sie aktuell zu den Top 31% der EVUs

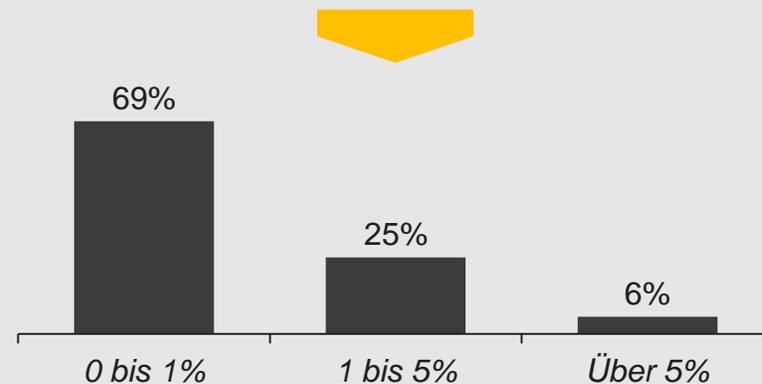
Aktueller Umsatzbeitrag
von digitalen Produkten und Dienstleistungen



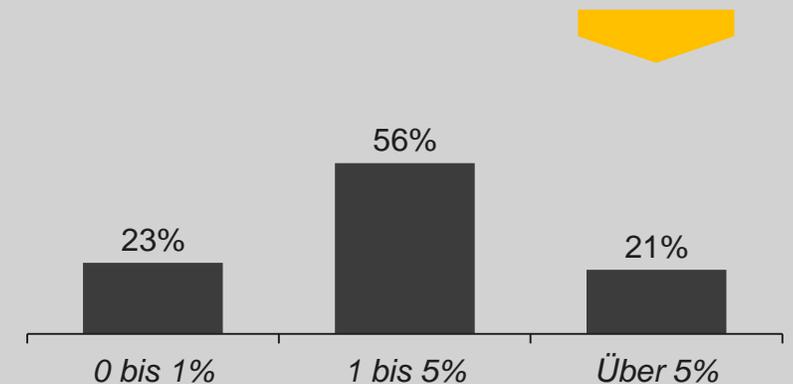
Anvisierter Umsatzbeitrag
von digitalen Produkten und Dienstleistungen
innerhalb der nächsten 3 Jahre



Aktuelle Kosteneinsparungen¹
durch digitale interne Optimierungen



Anvisierte Kosteneinsparungen¹
durch digitale interne Optimierungen
innerhalb der nächsten 3 Jahre



 Ihre Selbsteinschätzung
 Durchschnitt Dt.

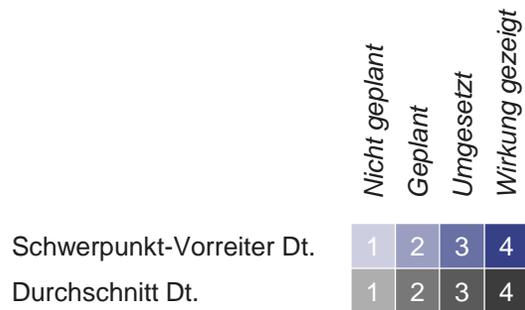
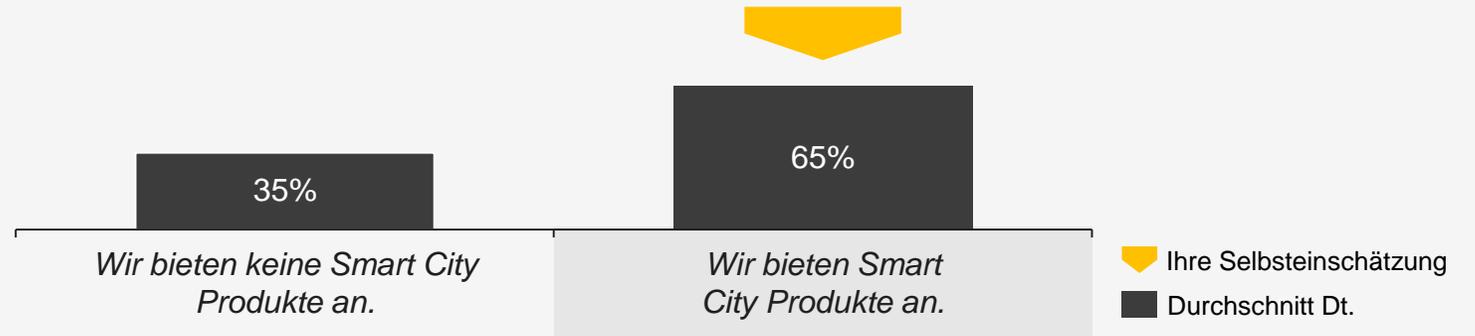
A) Wandel der Wertschöpfung

1. Anteil der Kosteneinsparungen durch digitale Optimierungen an den Gesamtkosteneinsparungen, Dt. = Deutschland, N/A = Keine Angabe
Quelle: Kearney, IMP³rove, BDEW, VSE, Oesterreichs Energie

Ihr Unternehmen gehört zu den EVUs, die bereits mehrere Smart City Anwendungsfälle umgesetzt haben

Implementierung von Smart City Anwendungsfällen

Schwerpunktthema: Smart City



A) Wandel der Wertschöpfung

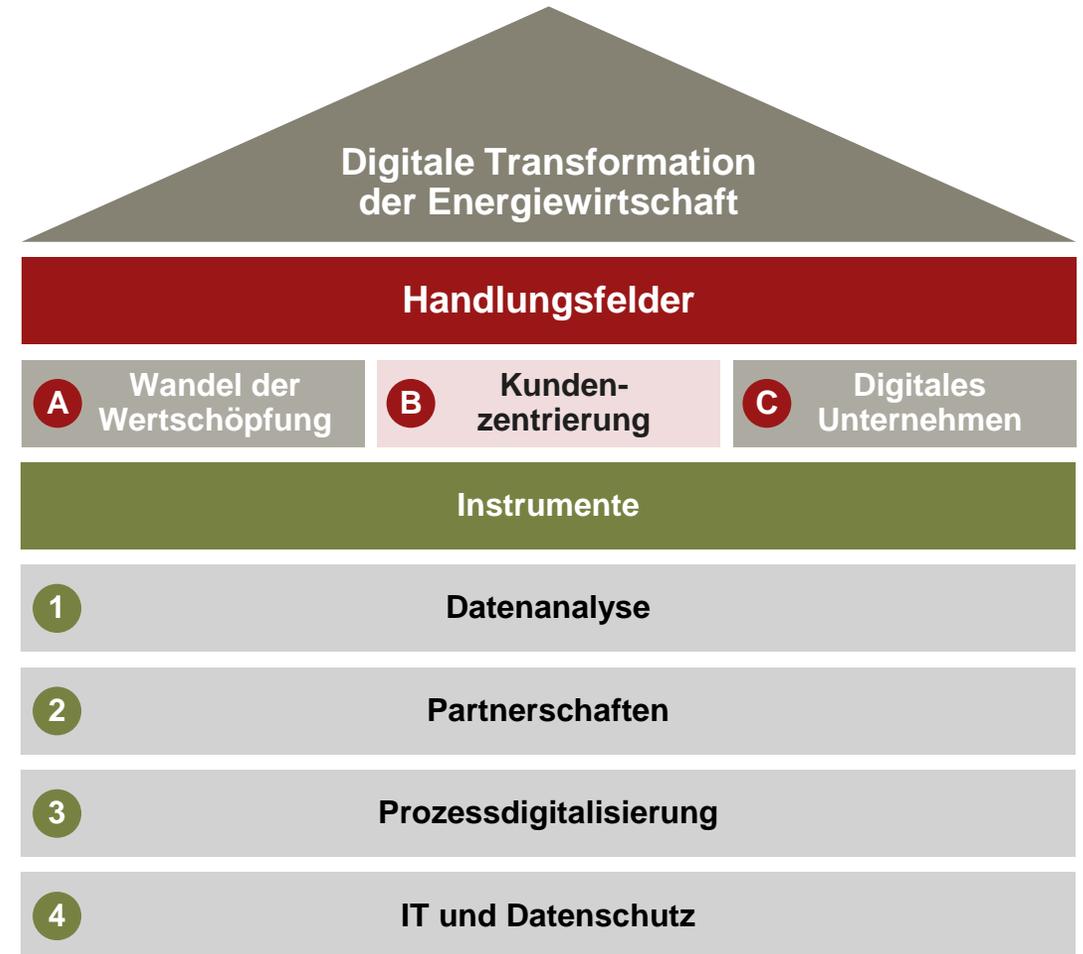
Smart City Anwendungsfälle	Ihre Antwort	Ø je VG	Relative Häufigkeiten je VG
Intelligente Ampeln, Straßenbeleuchtungen, Parklösungen oder Abfallsysteme	2 (Geplant)	Ø 2,2 Ø 2,2	
One-Ticket-Ansatz für Mobilitätsoptionen			N/A
Fernauslesung von Verbrauchsdaten	4 (Wirkung gezeigt)	Ø 3,2 Ø 2,8	
Bereitstellung der Infrastruktur: Breitband und öffentliches WLAN	3 (Umgesetzt)	Ø 4,0 Ø 2,6	
Komplette Distriktlösung	1 (Nicht geplant)	Ø 2,3 Ø 2,0	

Dt. = Deutschland, VG = Vergleichsgruppe, N/A = Keine Angabe
 Quelle: Kearney, IMP³rove, BDEW, VSE, Oesterreichs Energie

B) Kundenzentrierung

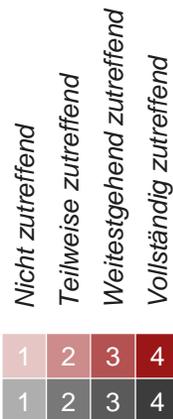
Nicht Kür, sondern Pflicht.

Das Handlungsfeld **Kundenzentrierung** thematisiert die Chancen und Potenziale der Digitalisierung im Kontext der Kundenzentrierung. Zusätzlich wird das Schwerpunktthema der Verwaltung und Positionierung von Produkten/ Dienstleistungen auf Vertriebskanälen Dritter untersucht.



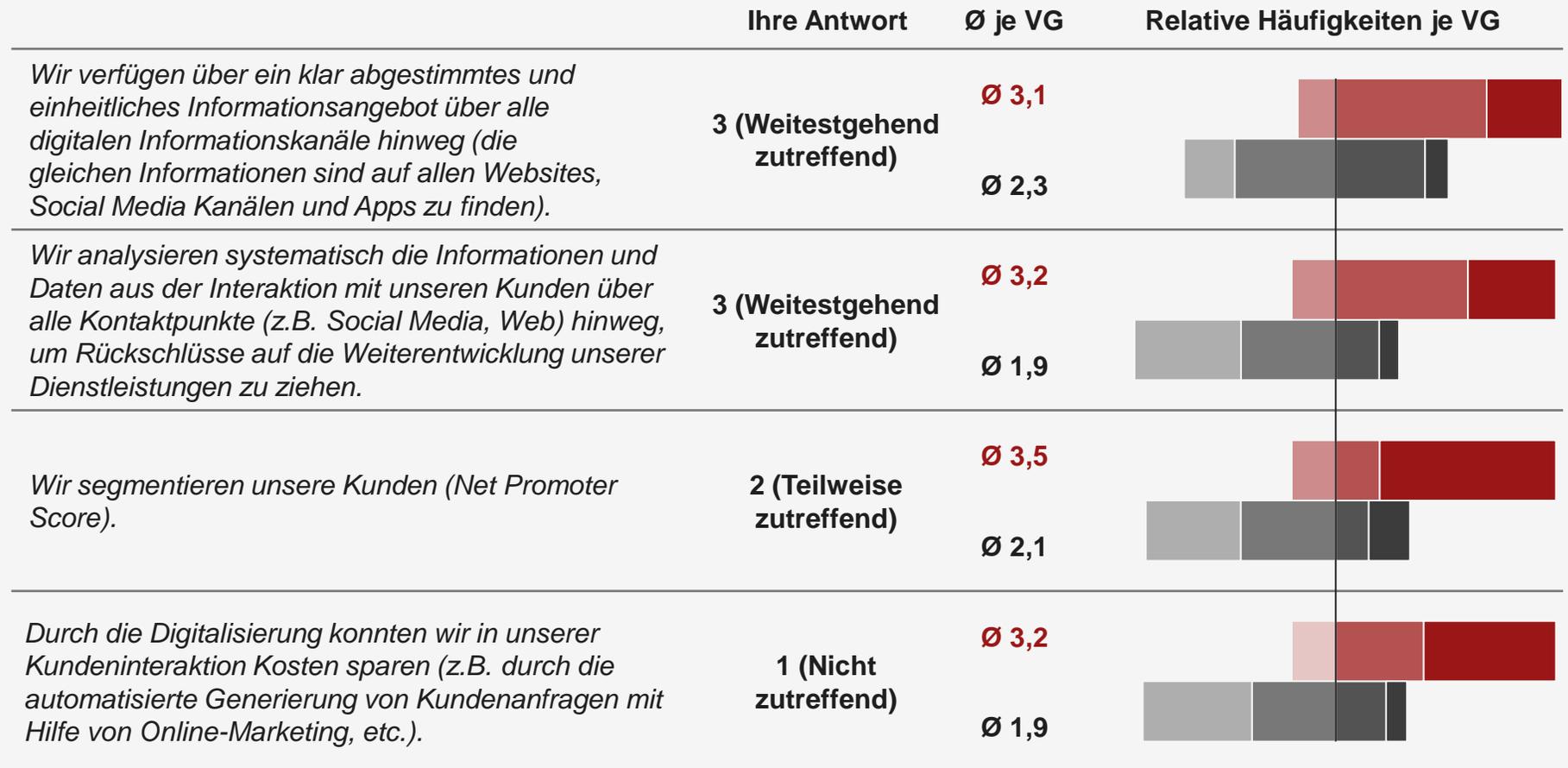
Im Vergleich mit den Teilnehmern ist Ihre Kundeninteraktion bereits überdurchschnittlich digital

Aussagen zur Kundenzentrierung (I/II)



Top-Digitalisierer Dt.
Durchschnitt Dt.

B) Kundenzentrierung



Dt. = Deutschland, VG = Vergleichsgruppe, N/A = Keine Angabe
Quelle: Kearney, IMP³rove, BDEW, VSE, Oesterreichs Energie

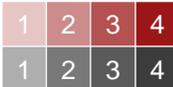
Im Vergleich mit den Teilnehmern ist Ihre Kundeninteraktion bereits überdurchschnittlich digital

Aussagen zur Kundenzentrierung (II/II)



Nicht zutreffend
Teilweise zutreffend
Weitestgehend zutreffend
Vollständig zutreffend

Top-Digitalisierer Dt.



Durchschnitt Dt.



B) Kundenzentrierung

Sie sehen Wirkung bei einem der 6 analysierten Anwendungsfälle zur Kundenzentrierung - in anderen Bereichen liegt weiteres Potential

Implementierung von Anwendungsfällen zur Kundenzentrierung

	Ihre Antwort	Ø je VG	Relative Häufigkeiten je VG
<i>Personalisiertes Targeting und Retargeting über (digitale) Kanäle - "Segment of 1" Micro-Targeting</i>	1 (Nicht geplant)	Ø 2,2 Ø 1,4	
<i>Omni-Kanal-Optimierung (online bis offline)</i>	4 (Wirkung gezeigt)	Ø 3,2 Ø 1,8	
<i>"Near-real time" - reagierende Verkaufsstellen (Preise, Pakete, Kommunikation, etc.)</i>	3 (Umgesetzt)	Ø 1,8 Ø 1,3	
<i>"Near-real time" Churn Scores und Prognosen</i>	1 (Nicht geplant)	Ø 1,6 Ø 1,3	
<i>Nächstbeste Aktionen, nächstbeste Angebote, zentrale ereignisbasierte Angebote</i>	2 (Geplant)	Ø 2,0 Ø 1,6	
<i>Kontextuelle Live-Unterstützung von Agenten und Mitarbeitern über Kundenkontaktpunkte hinweg</i>	1 (Nicht geplant)	Ø 2,0 Ø 1,4	

Nicht geplant
Geplant
Umgesetzt
Wirkung gezeigt

1	2	3	4
1	2	3	4

Top-Digitalisierer Dt.

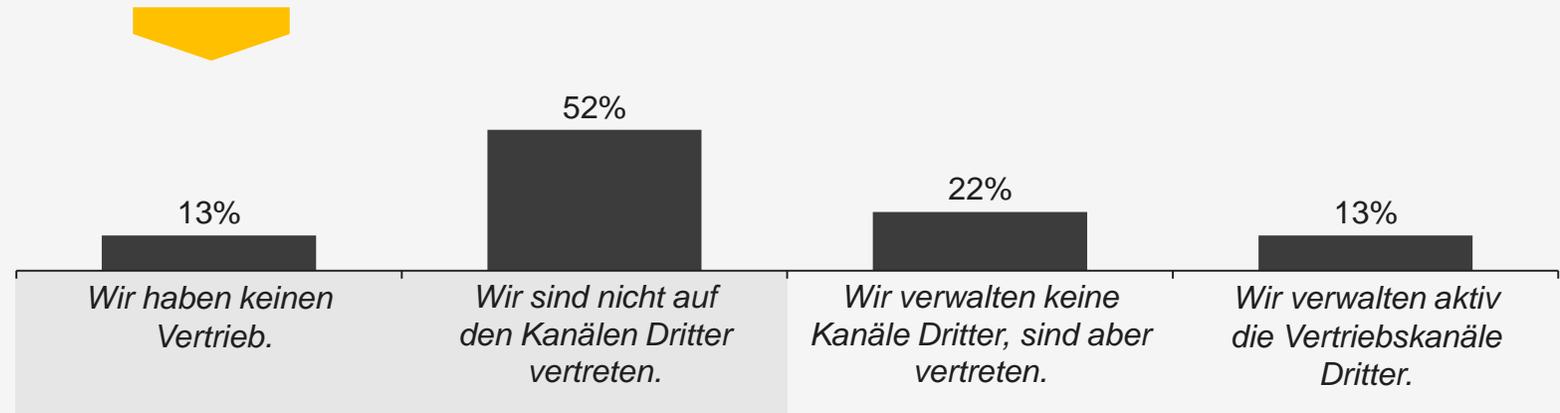
Durchschnitt Dt.

B) Kundenzentrierung

Laut Ihren Angaben hat Ihr Unternehmen keinen Vertrieb und ist daher nicht auf Vertriebskanälen Dritter vertreten.

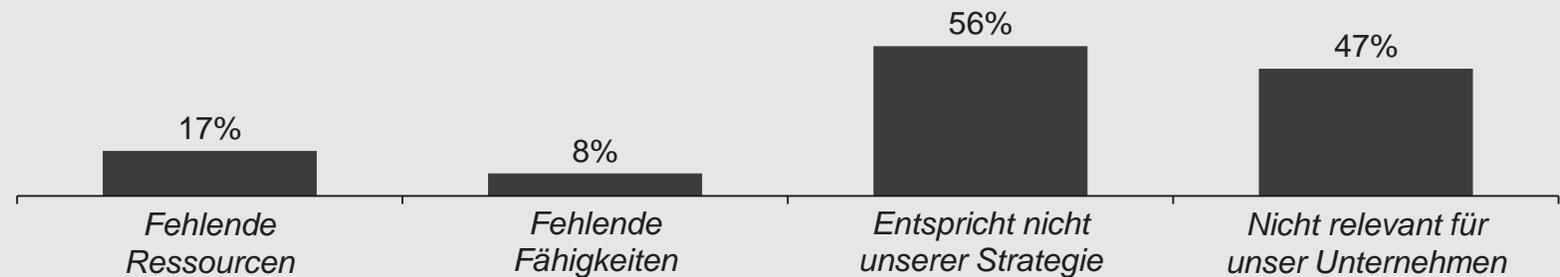
Verwaltung von Vertriebskanälen Dritter

Schwerpunktthema: Vertriebskanäle Dritter



Gründe gegen die Verwaltung von Vertriebskanälen Dritter

N/A



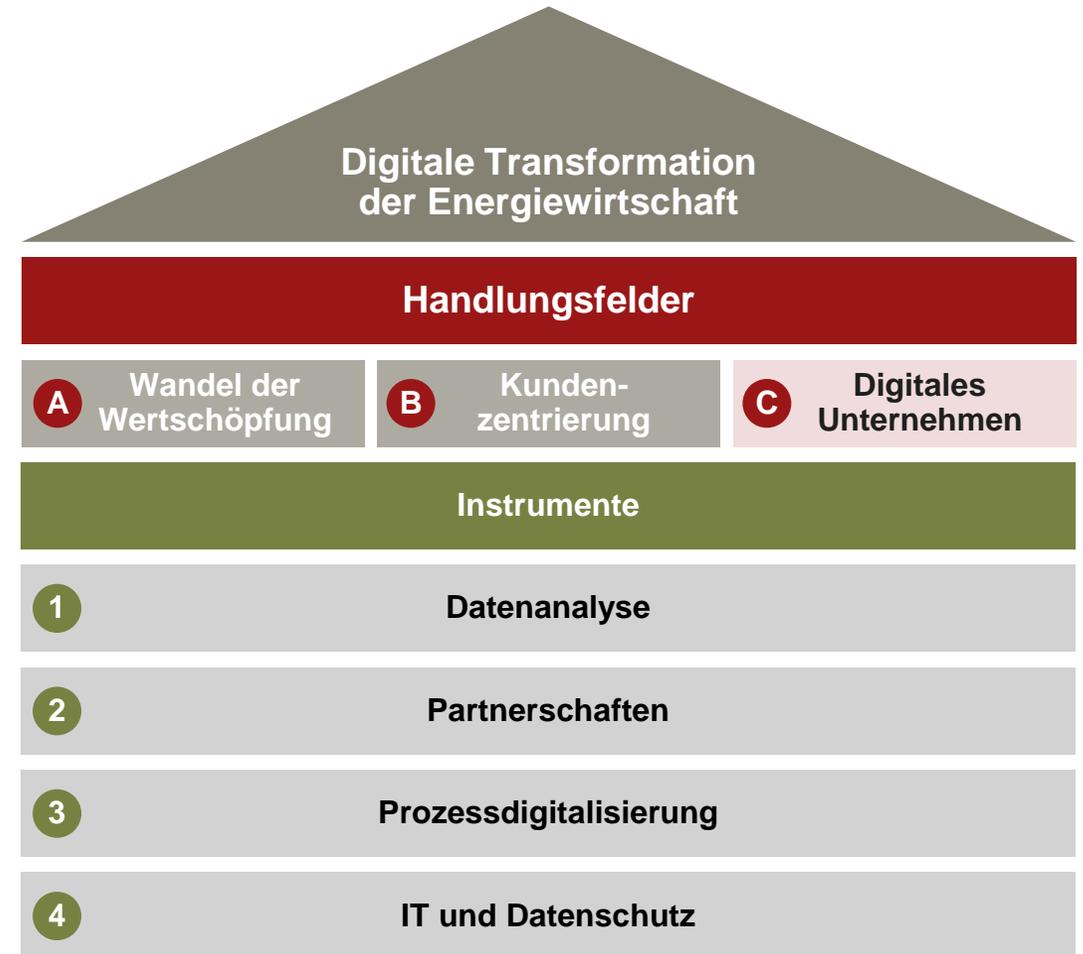
 Ihre Selbsteinschätzung
 Durchschnitt Dt.

B) Kundenzentrierung

C) Digitales Unternehmen

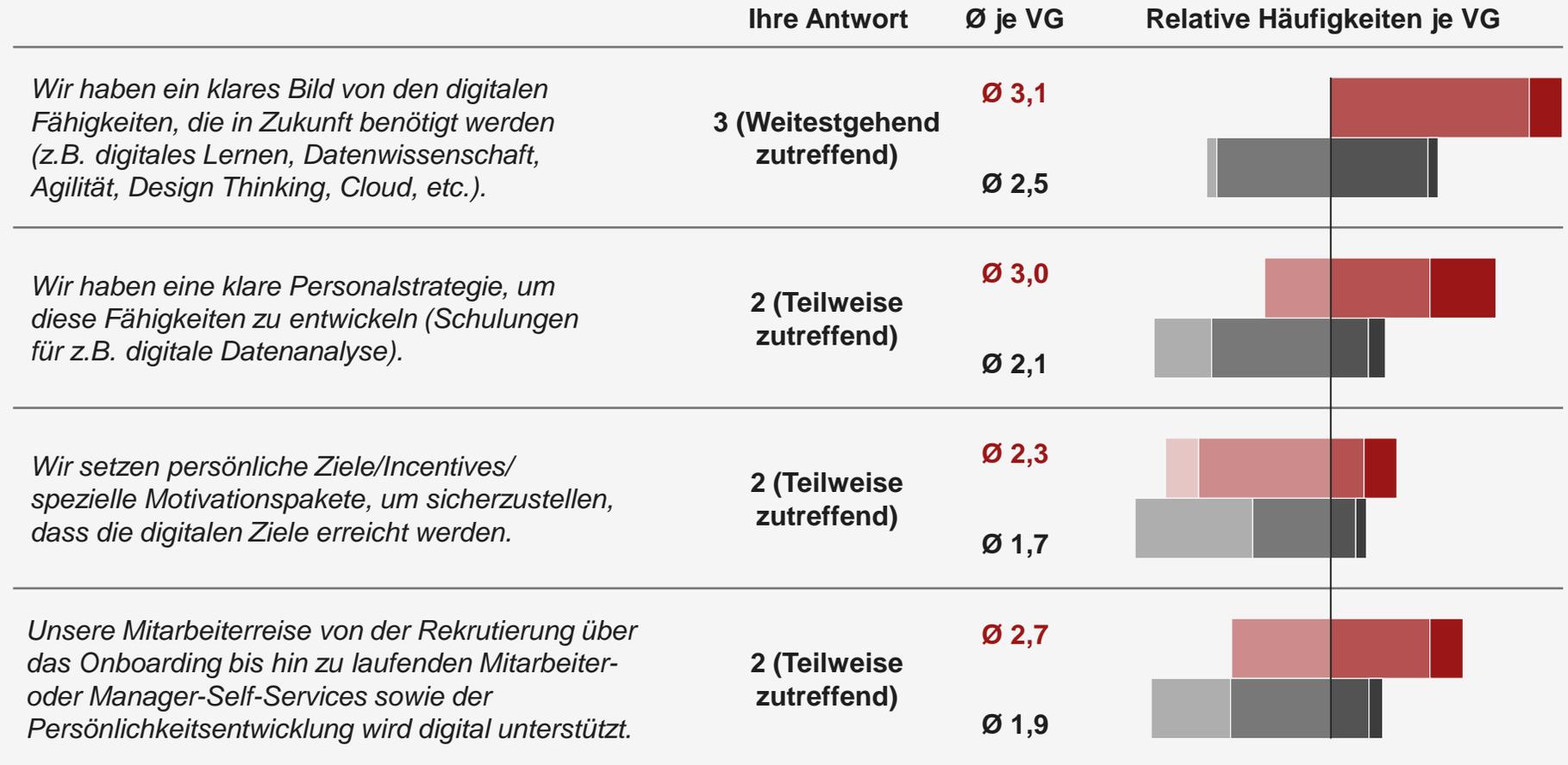
Agilität ist Kulturfrage.

Das Handlungsfeld **Digitales Unternehmen** betrachtet sowohl die digitalen Fähigkeiten eines Unternehmens als auch die Überwachung und Priorisierung von Initiativen für den Aufbau dieser.



In 3 von 4 Erfolgsfaktoren für die Entwicklung digitaler Fähigkeiten liegen Sie über dem Durchschnitt der Teilnehmer

Aussagen zu digitalen Fähigkeiten und der Personalstrategie



Nicht zutreffend
Teilweise zutreffend
Weitestgehend zutreffend
Vollständig zutreffend

Top-Digitalisierer Dt.



Durchschnitt Dt.

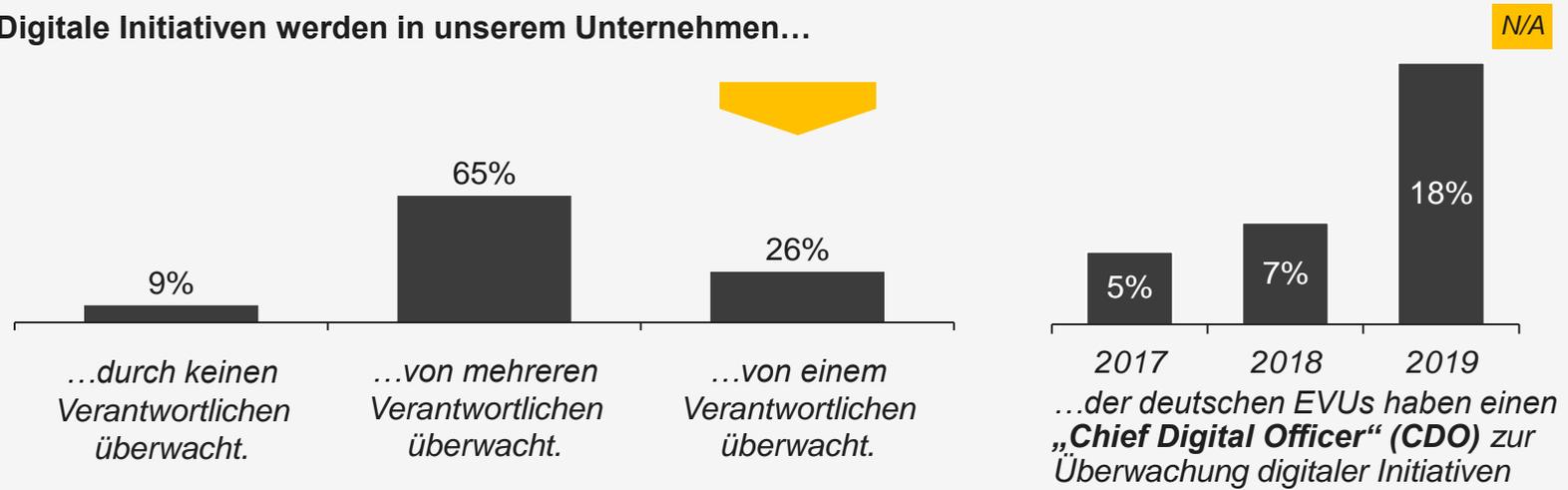


C) Digitales Unternehmen

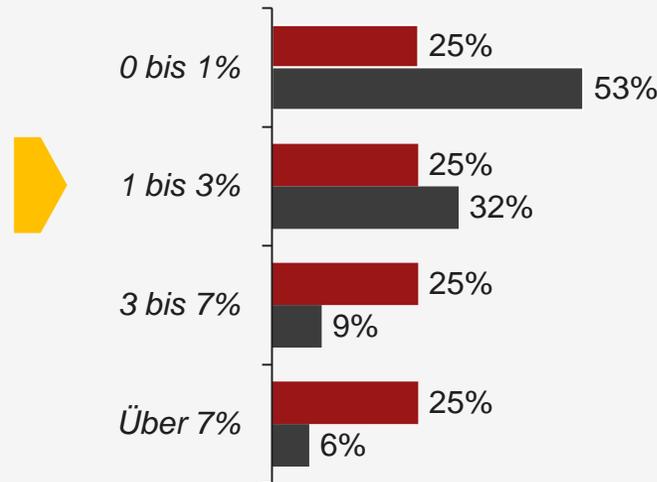
Wie 26% der Unternehmen haben Sie einen Verantwortlichen für die Digitalisierung, Ressourcen nutzen Sie dediziert

Überwachung und Priorisierung von digitalen Initiativen

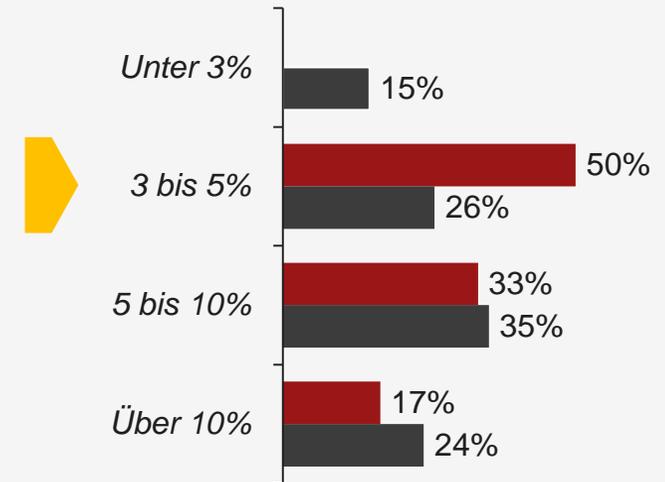
Digitale Initiativen werden in unserem Unternehmen...



Anteil des IT-/ Digitalbudgets an den Gesamtkosten im Jahr 2018:



Prognostizierte IT-/ Digital-Budgetveränderung bis 2025:



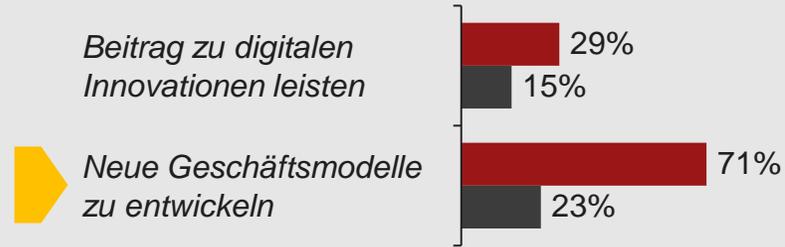
- Ihre Selbsteinschätzung
- Top-Digitalisierer Dt.
- Durchschnitt Dt.

C) Digitales Unternehmen

Wie bei 71% der Top-Digitalisierer ist die Prozessdigitalisierung eine Top-Priorität Ihres Unternehmens

Top-Prioritäten¹ für den Ausbau digitaler Fähigkeiten

Förderung von Innovationen



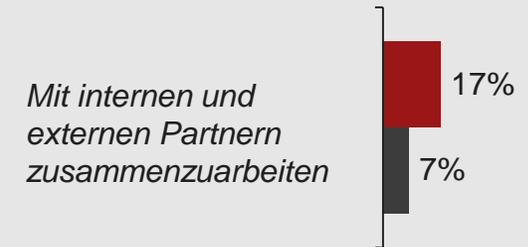
Verstärkung der digitalen Kundeninteraktion



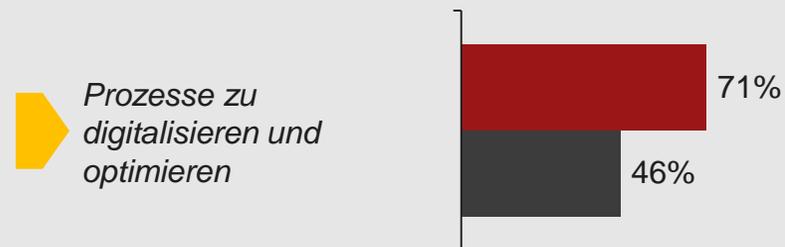
Anwendung von Datenanalysen



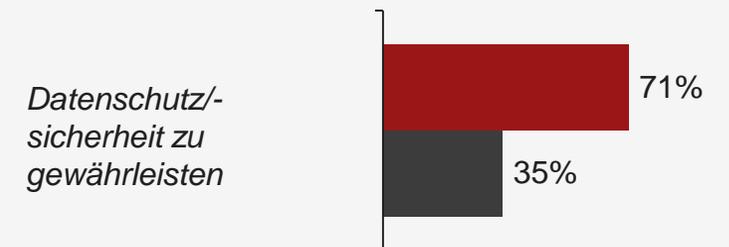
Entwicklung von Kooperationen



Prozessdigitalisierung und -optimierung



Sicherstellung des Datenschutzes



- ▶ Ihre Selbsteinschätzung
- Top-Digitalisierer Dt.
- Durchschnitt Dt.

C) Digitales Unternehmen

1. Darstellung des Anteils der Unternehmen, die jeweilige digitale Fähigkeiten als „Oberster Priorität (1-3)“ gekennzeichnet haben, Dt. = Deutschland, N/A = Keine Angabe
Quelle: Kearney, IMP³rove, BDEW, VSE, Oesterreichs Energie

Sie nutzen 3 der 5 agilen Methoden mit einer Bewertung, die auch im Feld der Top-Digitalisierer überdurchschnittlich ist

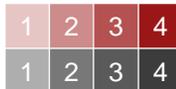
Nutzung von agilen Methoden im Unternehmen

(während der letzten 12 Monate)

	Ihre Antwort	Ø je VG	Relative Häufigkeiten je VG
Design Thinking (Design Thinking ist eine Methode zur Lösung komplexer Probleme)	3 (Wirkung gezeigt)	Ø 2,9 Ø 2,1	
Business Model Canvas (Business Model Canvas ist eine Visualisierungsmethode für neue oder bestehende Geschäftsmodelle)	3 (Wirkung gezeigt)	Ø 2,7 Ø 1,8	
Scrum-Framework (Scrum ist die bekannteste Methode des agilen Projektmanagements)	4 (Sign. Wirkung gezeigt)	Ø 3,0 Ø 2,0	
Kanban (Kanban ist eine Lean Methode zur Verwaltung und Verbesserung der Arbeit in allen Systemen)	3 (Wirkung gezeigt)	Ø 3,0 Ø 2,0	
A/B-Tests (A/B-Tests sind eine Möglichkeit, zwei Versionen einer einzelnen Variablen zu vergleichen)	2 (Verwendet)	Ø 2,5 Ø 1,5	

Nicht verwendet
Verwendet
Wirkung gezeigt
Sign. Wirkung gezeigt

Top-Digitalisierer Dt.



Durchschnitt Dt.

C) Digitales Unternehmen

77%

...der EVUs haben **mindestens eine agile Methode verwendet**, davon erzielen...

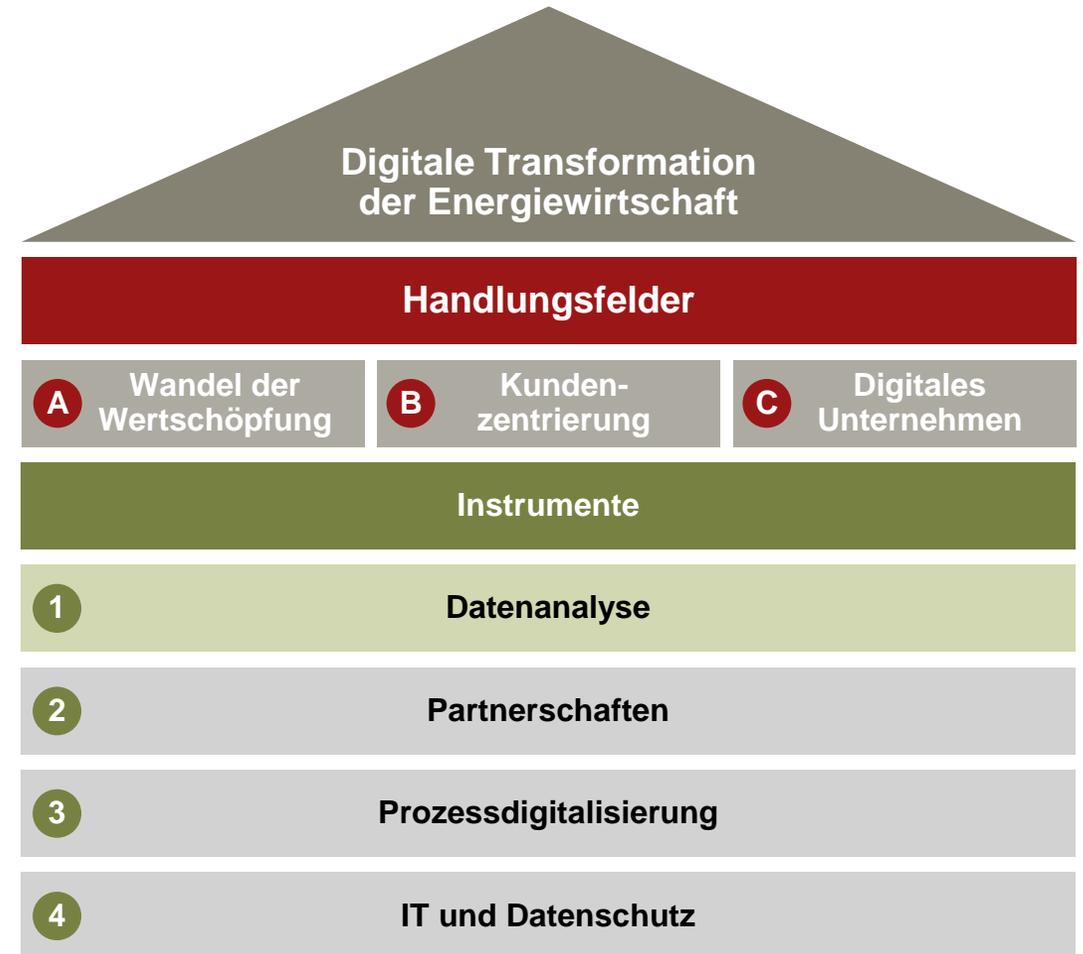
72%

...bereits **Wirkung**.

1) Datenanalyse

Datenanalyse bietet großes Entwicklungspotenzial für die Branche.

Das Instrument **Datenanalyse** thematisiert die Hürden und den Reifegrad von Anwendungen zur Datenanalyse. Zusätzlich wird der Reifegrad von Anwendungen der Künstlichen Intelligenz und der erweiterten Analytik analysiert.



2 der 5 Erfolgsfaktoren für Datenanalysen adressieren Sie erfolgreicher als der Durchschnitt der Top-Digitalisierer

Nicht zutreffend
Teilweise zutreffend
Weitestgehend zutreffend
Vollständig zutreffend

Top-Digitalisierer Dt.



Durchschnitt Dt.



1) Datenanalyse

Aussagen zur Nutzung von Datenanalysen

	Ihre Antwort	Ø je VG	Relative Häufigkeiten je VG
<i>Wir haben einen eigenen Data Hub mit Data Scientists / Business Intelligence Mitarbeitern.</i>	2 (Teilweise zutreffend)	Ø 2,3 Ø 1,5	
<i>Unsere KPI-Analysen basieren auf einem systematischen und klar definierten Datenmodell.</i>	3 (Weitestgehend zutreffend)	Ø 2,6 Ø 1,8	
<i>Wir verwenden Self-Service-Business Intelligence-Tools, um die Qualität unserer Analysen zu automatisieren, zu beschleunigen und zu sichern.</i>	4 (Vollständig zutreffend)	Ø 3,0 Ø 1,7	
<i>Wir verfügen über eine ausgereifte Enterprise Big Data Infrastruktur.</i>	2 (Teilweise zutreffend)	Ø 2,7 Ø 1,5	
<i>Wir haben eine Daten- und Analysestrategie.</i>	2 (Teilweise zutreffend)	Ø 2,7 Ø 1,7	

Dt. = Deutschland, VG = Vergleichsgruppe, N/A = Keine Angabe
Quelle: Kearney, IMP³rove, BDEW, VSE, Oesterreichs Energie

Die Anwendung von Datenanalysen hat entlang Ihrer Wertschöpfungsstufen insgesamt einen überdurchschnittlichen Reifegrad

Anwendung von Datenanalysen

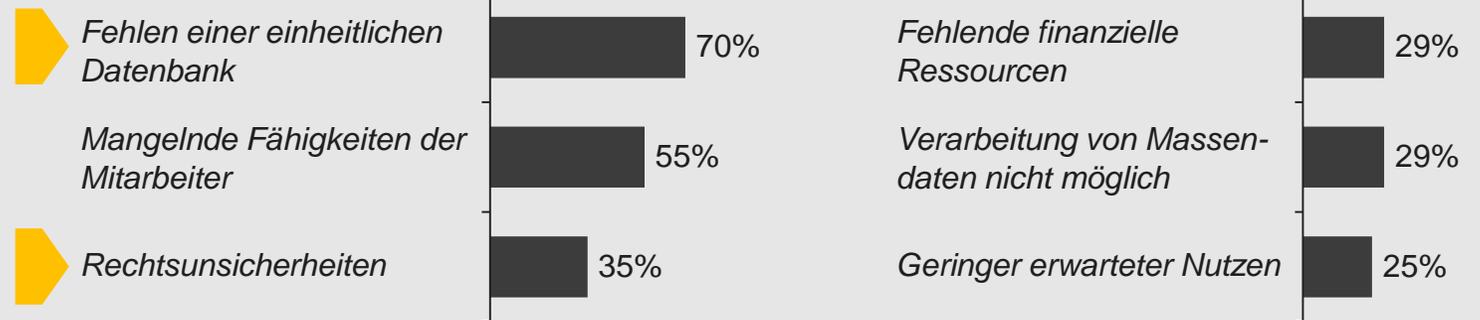
Wir setzen Datenanalyse ein...	Ihre Antwort	Ø je VG	Relative Häufigkeiten je VG
... in der zentralen Erzeugung ...			Wertschöpfungsstufe nicht abgedeckt
... in der dezentralen Erzeugung, ...			Wertschöpfungsstufe nicht abgedeckt
... in der Übertragung/Verteilung, ...	3 (Umgesetzt)	Ø 3,8 Ø 2,3	
... im Handel, ...			Wertschöpfungsstufe nicht abgedeckt
... im Vertrieb, ...			Wertschöpfungsstufe nicht abgedeckt
... im Messstellenbetrieb, ...			Wertschöpfungsstufe nicht abgedeckt
... in Energiedienstleistungen, ...	4 (Wirkung gezeigt)	Ø 3,4 Ø 1,9	
... in unterstützenden Funktionen.			Wertschöpfungsstufe nicht abgedeckt

Top-Digitalisierer Dt.
Durchschnitt Dt.



1) Datenanalyse

Hürden für die Verwendung von Datenanalysen:



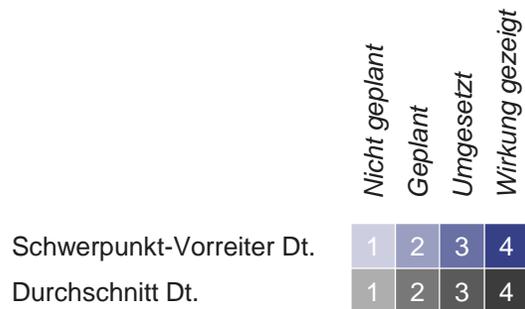
Dt. = Deutschland, VG = Vergleichsgruppe, N/A = Keine Angabe
Quelle: Kearney, IMP³rove, BDEW, VSE, Oesterreichs Energie

Die Anwendung von KI hat entlang Ihrer Wertschöpfungsstufen insgesamt einen überdurchschnittlichen Reifegrad

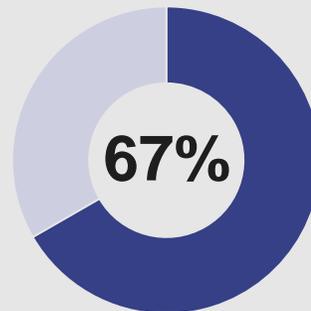
Anwendung von Künstlicher Intelligenz (KI)

Schwerpunktthema: Künstliche Intelligenz und erweiterte Analytik

Wir setzen KI ein...	Ihre Antwort	Ø je VG	Relative Häufigkeiten je VG
... in der zentralen Erzeugung ...			Wertschöpfungsstufe nicht abgedeckt
... in der dezentralen Erzeugung, ...			Wertschöpfungsstufe nicht abgedeckt
... in der Übertragung/Verteilung, ...	2 (Geplant)	Ø 2,8 Ø 1,5	
... im Handel, ...			Wertschöpfungsstufe nicht abgedeckt
... im Vertrieb, ...			Wertschöpfungsstufe nicht abgedeckt
... im Messstellenbetrieb, ...			Wertschöpfungsstufe nicht abgedeckt
... in Energiedienstleistungen, ...	3 (Umgesetzt)	Ø 2,3 Ø 1,4	
... in unterstützenden Funktionen.			Wertschöpfungsstufe nicht abgedeckt

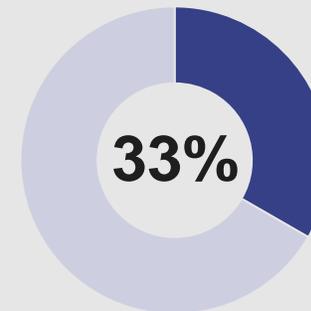


Erwarteter Einfluss von KI bis 2025:



... der Schwerpunkt-Vorreiter erwarten bis 2025 einen signifikanten Einfluss von Künstlicher Intelligenz auf die **Kostensenkung**.

Ihre Einschätzung:
Geringer Einfluss



... der Schwerpunkt-Vorreiter erwarten bis 2025 einen signifikanten Einfluss von Künstlicher Intelligenz auf die **Umsatzerlöse**.

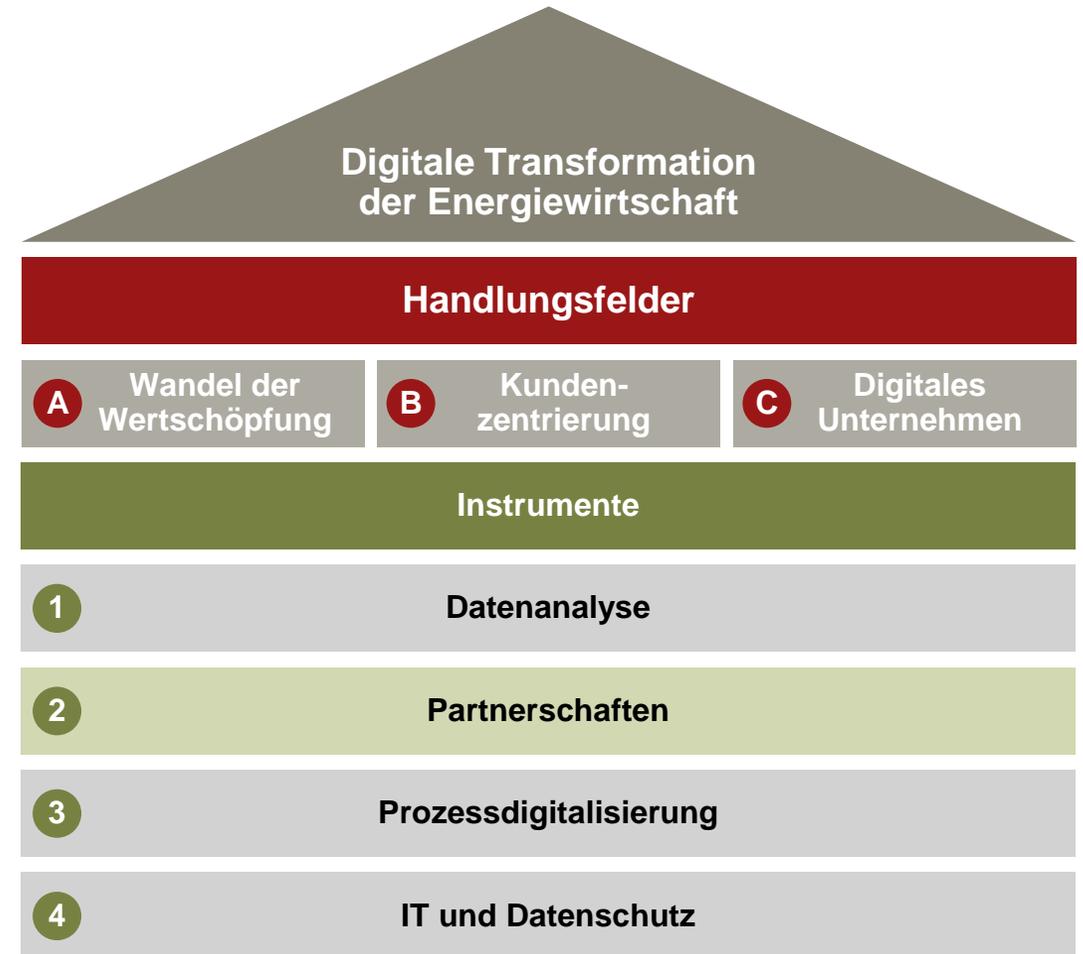
Ihre Einschätzung:
Deutlicher Einfluss

1) Datenanalyse

2) Partnerschaften

Erfolgsfaktor Partnerschaften.

Das Instrument **Partnerschaften** untersucht verschiedene Formen der Zusammenarbeit, u. a. mit Start-ups, auf ihr Erfolgspotenzial für die Digitalisierung.



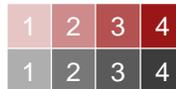
3 der 5 Kooperationsformen zur Digitalisierung sind bei Ihnen stärker verankert als bei dem Durchschnitt der Top-Digitalisierer

Formen der Zusammenarbeit in der digitalen Energiewirtschaft

	Ihre Antwort	Ø je VG	Relative Häufigkeiten je VG
<i>Wir testen Ideen, Prototypen und neue Angebote mit unseren Kunden.</i>	4 (Wirkung gezeigt)	Ø 3,6 Ø 2,2	
<i>Wir nutzen digitale Plattformen/Vermittler, um Kooperationen zur Digitalisierung aufzubauen.</i>	3 (Regelmäßige Zusammenarbeit)	Ø 3,1 Ø 2,0	
<i>Wir arbeiten mit Unternehmen an der Digitalisierung.</i>	4 (Wirkung gezeigt)	Ø 4,0 Ø 2,5	
<i>Wir arbeiten mit Universitäten und Forschungseinrichtungen an der Digitalisierung.</i>	4 (Wirkung gezeigt)	Ø 3,4 Ø 2,0	
<i>Wir arbeiten mit Start-ups an der Digitalisierung</i>	4 (Wirkung gezeigt)	Ø 3,0 Ø 1,8	

Keine Zusammenarbeit
Einzelne Zusammenarbeit
Regelmäßige Zusammenarbeit
Wirkung gezeigt

Top-Digitalisierer Dt.
Durchschnitt Dt.

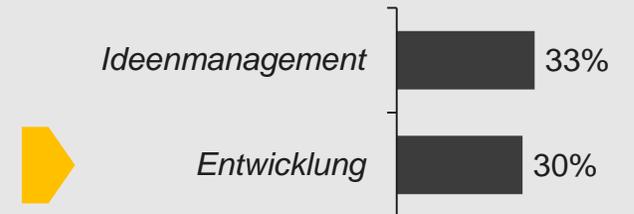


2 Partnerschaften

Zusammenarbeit mit Start-ups:

Wie arbeitet Ihr Unternehmen mit Start-ups zusammen?

Wo arbeitet Ihr Unternehmen mit Start-ups zusammen?

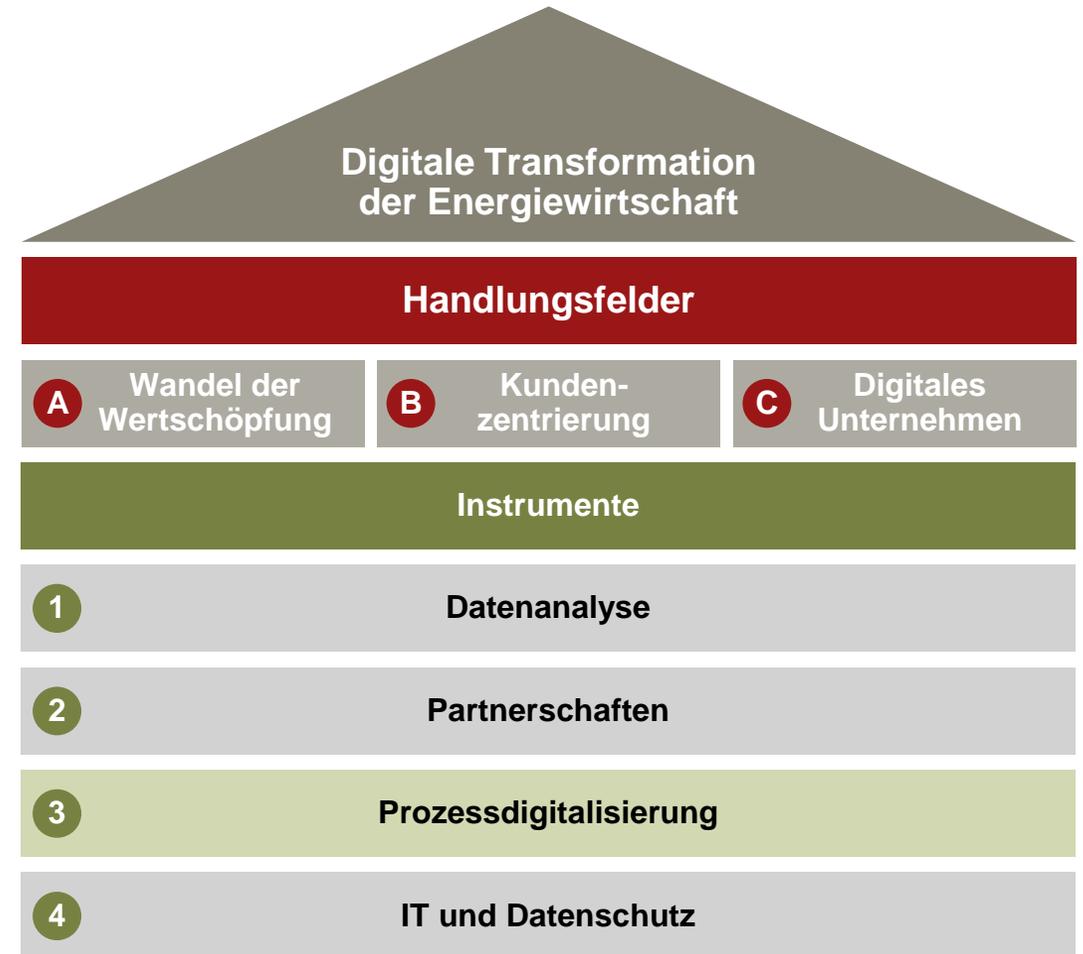


Dt. = Deutschland, VG = Vergleichsgruppe, N/A = Keine Angabe
Quelle: Kearney, IMP³rove, BDEW, VSE, Oesterreichs Energie

3) Prozessdigitalisierung

Digitale End-to-End Prozesse noch Zukunftsmusik für die Branche.

Das Instrument **Prozessdigitalisierung** untersucht die Reife von Anwendungen zur Prozessdigitalisierung in verschiedenen Wertschöpfungsstufen und betrachtet insbesondere die Themen Blockchain und Smart Meter.



Im Vergleich mit Top-Digitalisierern ist Ihr Reifegrad der Prozessdigitalisierung überdurchschnittlich

Reifegrad / Anwendungen

- 1 Nicht zutreffend / Nicht geplant
- 2 Teilweise zutreffend / Geplant
- 3 Weitestgehend zutreffend / Umgesetzt
- 4 Vollständig zutreffend / Wirkung gezeigt

Top-Digitalisierer Dt.



Durchschnitt Dt.



3) Prozessdigitalisierung

Reifegrad der Prozessdigitalisierung

	Ihre Antwort	Ø je VG	Relative Häufigkeiten je VG
<i>Der Arbeitsablauf unserer Prozesse ist von Anfang bis Ende organisiert.</i>	4 (Vollständig zutreffend)	Ø 3,1 Ø 2,7	
<i>In unserer Organisation sind die Verantwortlichkeiten klar definiert und die Komplexität ist gering.</i>	4 (Vollständig zutreffend)	Ø 2,9 Ø 2,3	
<i>Unsere internen Prozesse sind schnell und flexibel.</i>	3 (Weitestgehend zutreffend)	Ø 2,6 Ø 2,3	

Wir setzen Anwendungen zur Prozessdigitalisierung ein...

	Ihre Antwort	Ø je VG	Relative Häufigkeiten je VG
<i>... in der zentralen Erzeugung ...</i>		Wertschöpfungsstufe nicht abgedeckt	
<i>... in der dezentralen Erzeugung, ...</i>		Wertschöpfungsstufe nicht abgedeckt	
<i>... in der Übertragung/Verteilung, ...</i>	2 (Geplant)	Ø 3,4 Ø 2,2	
<i>... im Handel, ...</i>		Wertschöpfungsstufe nicht abgedeckt	
<i>... im Vertrieb, ...</i>		Wertschöpfungsstufe nicht abgedeckt	
<i>... im Messstellenbetrieb, ...</i>		Wertschöpfungsstufe nicht abgedeckt	
<i>... in Energiedienstleistungen, ...</i>	3 (Umgesetzt)	Ø 3,2 Ø 2,0	
<i>... in unterstützenden Funktionen.</i>		Wertschöpfungsstufe nicht abgedeckt	

Dt. = Deutschland, VG = Vergleichsgruppe, N/A = Keine Angabe
Quelle: Kearney, IMP³rove, BDEW, VSE, Oesterreichs Energie

Ihr Unternehmen gehört zu den 9% der EVUs, die bereits mindestens eine Blockchain Anwendung umgesetzt haben

Verwendung von Blockchain Anwendungen

Schwerpunktthema: Blockchain

	Ihre Antwort	Ø je VG	Relative Häufigkeiten je VG
P2P-Stromerzeugung und -austausch über Mikronetze	3 (Umgesetzt)	Ø 1,7 Ø 1,1	
Echtzeit-Transaktionsaktivierung (Um Angebot und Nachfrage in Einklang zu bringen)	2 (Geplant)	Ø 1,4 Ø 1,2	
Infrastruktur-Management (Durch effiziente Überwachung und Wartung in Echtzeit)	2 (Geplant)	Ø 1,3 Ø 1,3	
Transparenz der Lieferkette (Die Blockchain-Technologie ermöglicht die Rückverfolgung der Ware zur Quelle)	2 (Geplant)	Ø 1,4 Ø 1,2	
Herkunftsnachweise	3 (Umgesetzt)	Ø 1,6 Ø 1,3	



23%

... der EVUs **planen** die Umsetzung von mindestens einer Blockchain Anwendung

9%

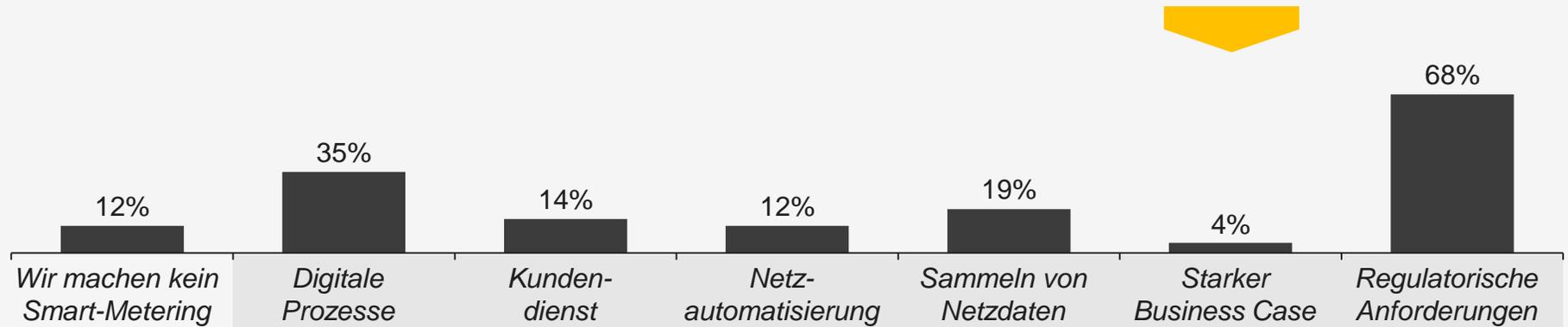
...der EVUs haben bereits mindestens eine Blockchain Anwendung **umgesetzt**

3) Prozessdigitalisierung

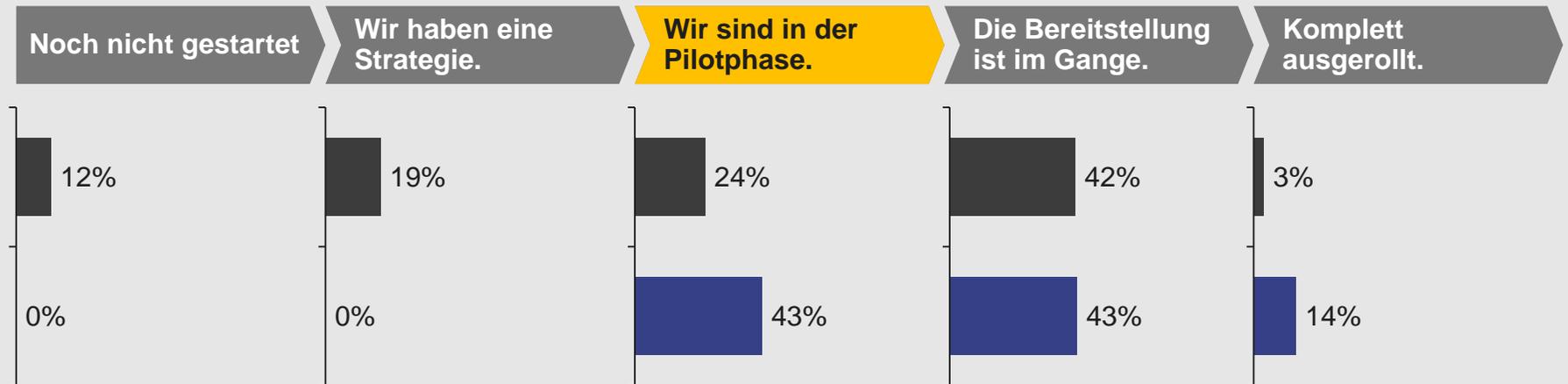
Wie 24% der EVUs haben Sie die Pilotphase für Smart Metering bereits gestartet

Treiber von Smart Metering Programmen

Schwerpunktthema: Smart Meter



Stand der Einführung von Smart Metering



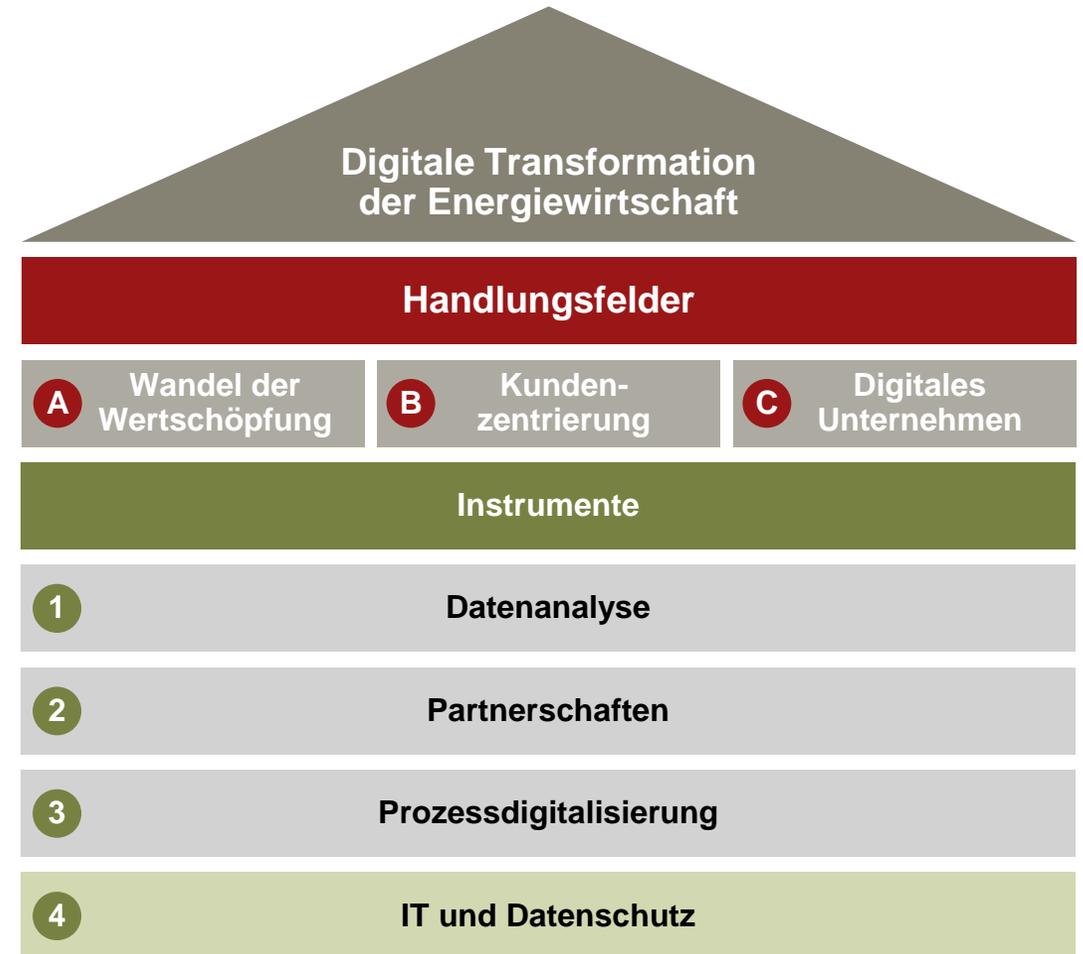
- Ihre Selbsteinschätzung
- Schwerpunkt-Vorreiter Dt.
- Durchschnitt Dt.

3) Prozessdigitalisierung

4) IT und Datenschutz

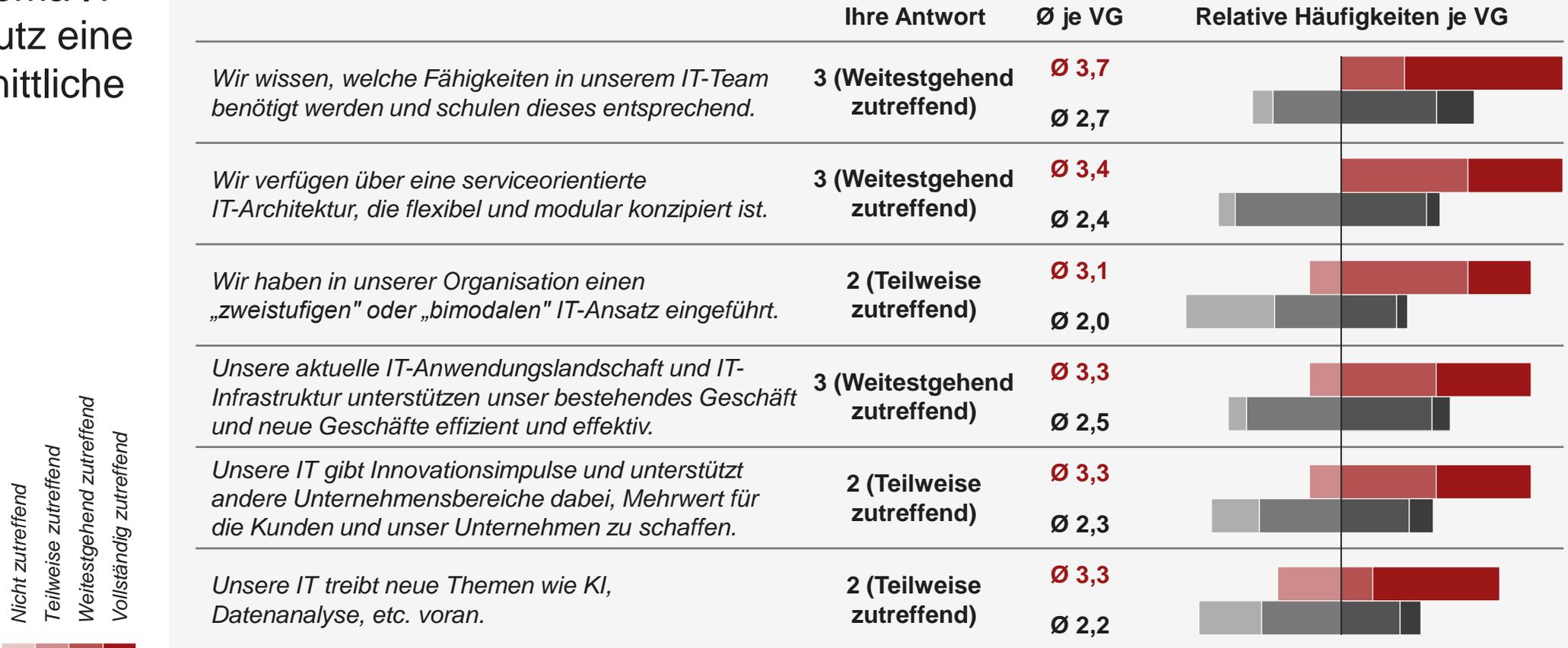
IT und Datenschutz treibt alle um.

Das Instrument **IT und Datenschutz** untersucht die Herausforderungen und Chancen für die IT und den Datenschutz durch die Digitalisierung. Insbesondere wird das Vorgehen von Energieversorgern bei der IT-Transformation analysiert.



Im Vergleich mit den Teilnehmern erzielen Sie in dem Thema IT und Datenschutz eine überdurchschnittliche Bewertung

Aussagen zu IT und Datenschutz (I/II)



Nicht zutreffend
Teilweise zutreffend
Weitestgehend zutreffend
Vollständig zutreffend

Top-Digitalisierer Dt.



Durchschnitt Dt.



4) IT und Datenschutz

Im Vergleich mit den Teilnehmern erzielen Sie in dem Thema IT und Datenschutz eine überdurchschnittliche Bewertung

Aussagen zu IT und Datenschutz (II/II)



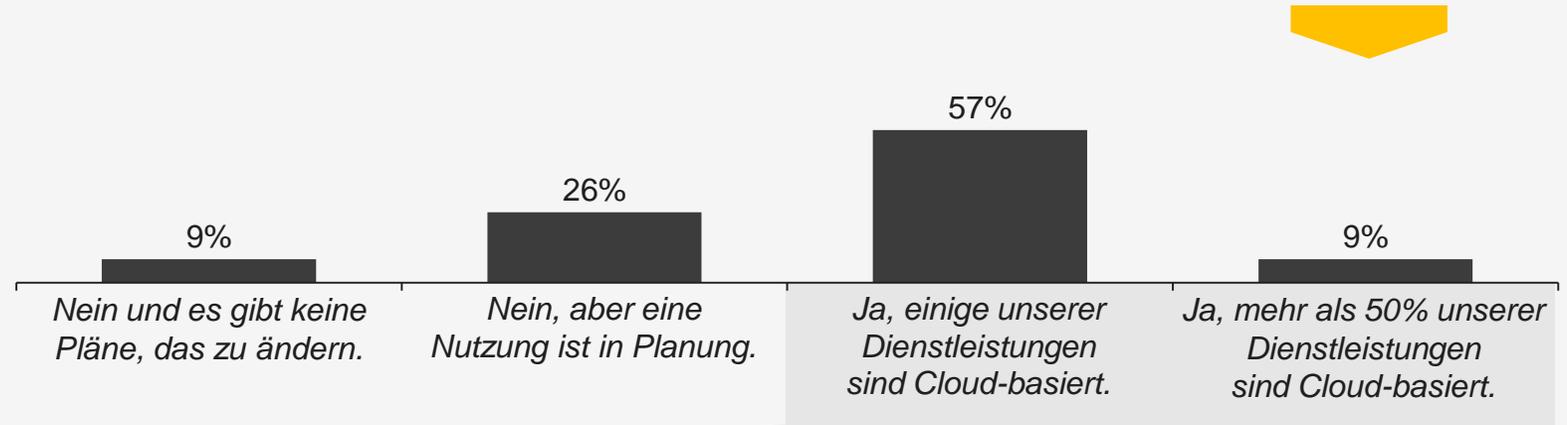
4) IT und Datenschutz

1. Informationssysteme, Dt. = Deutschland, VG = Vergleichsgruppe, N/A = Keine Angabe
 Quelle: Kearney, IMP³rove, BDEW, VSE, Oesterreichs Energie

Mit mehr als 50% der Dienstleistungen auf Cloud-Basis gehören Sie aktuell zu den Top 9% der EVUs

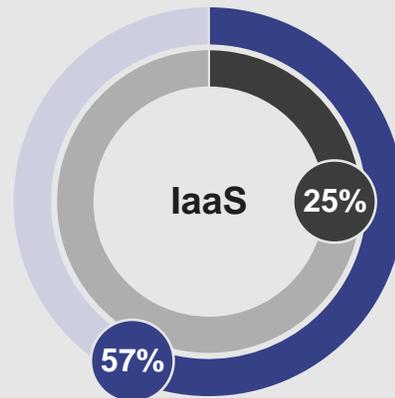
Angebot von Cloud-basierten Dienstleistungen

Schwerpunktthema: IT-Transformation

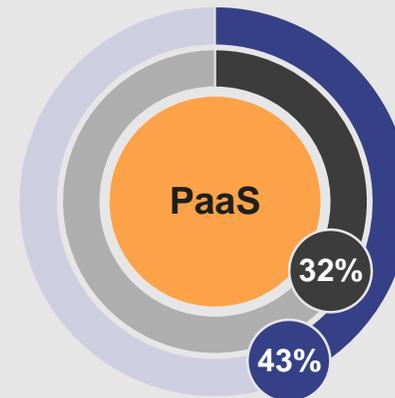


Arten von Cloud-basierten Dienstleistungen

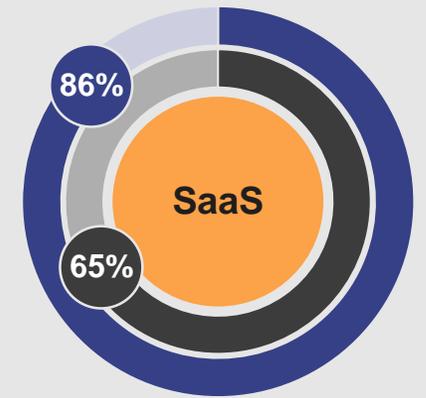
- / ▼ Ihre Selbsteinschätzung
- Schwerpunkt-Vorreiter Dt.
- Durchschnitt Dt.



Infrastructure-as-a-Service (IaaS)



Platform-as-a-Service (PaaS)



Software-as-a-Service (SaaS)

4) IT und Datenschutz

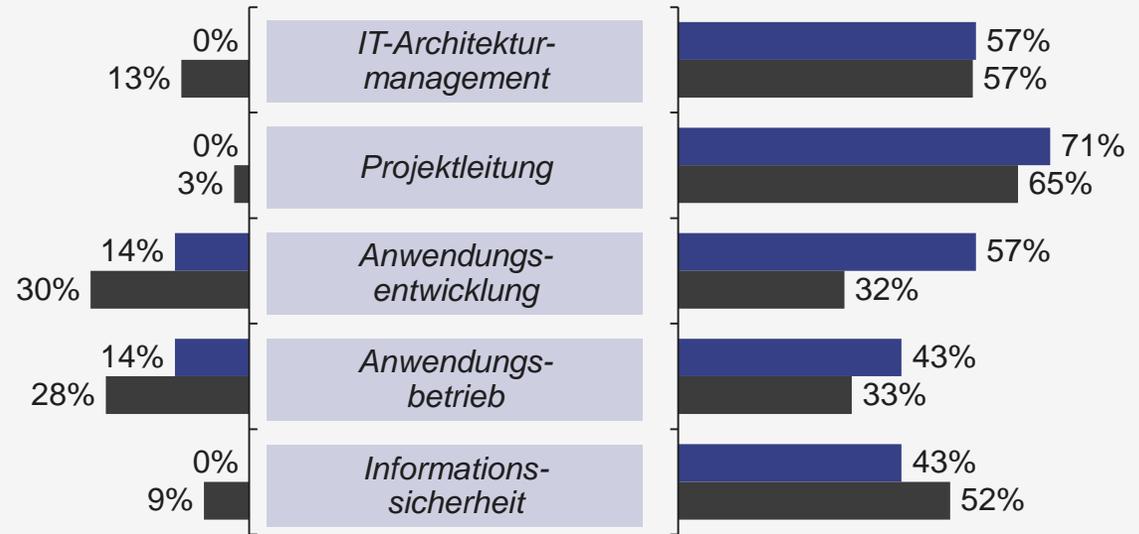
Bei der Gestaltung des IT-Systems der Zukunft liegt ihr Fokus, wie bei der Mehrheit der EVUs, auf dem Ausbau der IT-Fähigkeiten

Gestaltung des IT-Systems der Zukunft

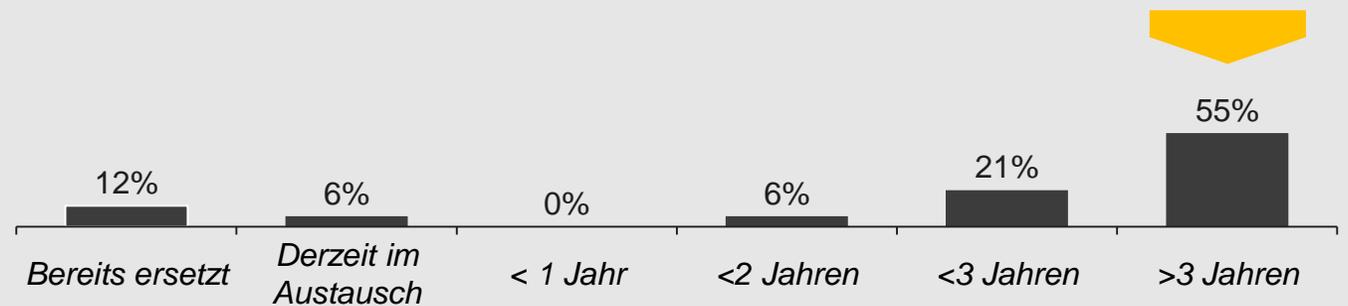
Schwerpunktthema: IT-Transformation

Reduzieren / Auslagern von IT-Fähigkeiten

Ausbauen / Verstärken von IT-Fähigkeiten



Zeithorizont für das Ersetzen des aktuellen Legacy-Billing-Systems (bspw. SAP IS-U):



- Ihre Selbsteinschätzung
- Schwerpunkt-Vorreiter Dt.
- Durchschnitt Dt.

4) IT und Datenschutz

Sind Sie bereit für die digitale Energiewirtschaft? Wir stehen für Ihre Rückfragen zur Verfügung!

KEARNEY



Hanjo Arms
(Partner)
hanjo.arms@kearney.com
+49 175 2659 782

Horst Dringenberg
(Partner)
horst.dringenberg@kearney.com
+49 175 2659 437

Achim Cordes
(Manager)
achim.cordes@kearney.com
+49 175 2659 494

Maria Jarolin
(Sr. Business Analyst)
maria.jarolin@kearney.com
+49 175 2659 667

Martin Ruppert
(Managing Director)
martin.ruppert@improve-
innovation.com
+49 175 2659 390

Christopher Dierkes
(Sr. Business Analyst)
christopher.dierkes@improve-
innovation.com
+ 49 175 2659 747

bdew

Dr. Tanja Utescher-Dabitz
(Abteilungsleiterin Betriebswirtschaft,
Steuern und Digitalisierung)
tanja.utescher-dabitz@bdew.de
+49 30 3001 991 664

Elie-Lukas Limbacher
(Fachbereichsleiter Digitalisierung)
elie-lukas.limbacher@bdew.de
+49 30 3001 991 425

VSE
AES

Markus Riner
(Leiter Digitalisierung)
markus.riner@strom.ch
+41 79 205 78 27

**e oesterreichs
energie.**

Melanie Krenn
(Kommunikation)
m.krenn@oesterreichsenergie.at
+43 676 845 019 253

Dieses Dokument ist ausschließlich für Ihren persönlichen Gebrauch bestimmt. Die Verteilung, Zitierung und Vervielfältigung – auch auszugsweise – zum Zwecke der Weitergabe an Dritte ist nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung von KEARNEY gestattet.

KEARNEY



bdew

**e oesterreichs
energie.**

VSE
AES

Erstellt mit
slidefab.com

SLIDEFAB