

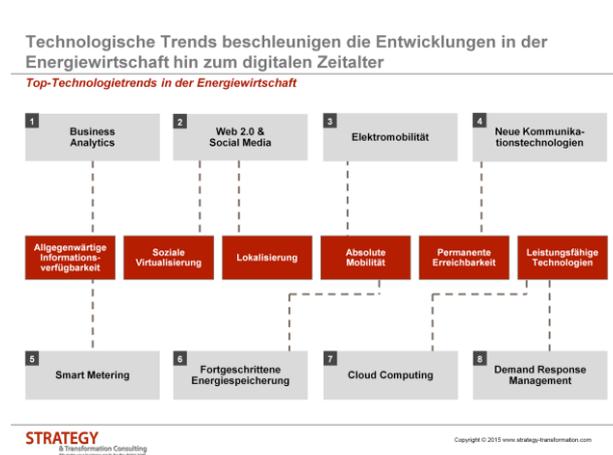
DIGITAL MATURITY ASSESSMENT (DMA)

Digitale Due Dilligence und Statusbestimmung für EVU

Nichts wird in der Energiewirtschaft bleiben, wie es jahrzehntelang war: Die Digitale Transformation hält natürlich auch in der Energiewirtschaft Einzug. Der Trend geht hin zur Dezentralisierung und das Geschäftsmodell wird digital. Die Versorger müssen sich daher neu aufstellen und dabei komplett neu erfinden.

Aktuelle Herausforderungen für EVU

Der Ausbau der **erneuerbaren Energien** hat das **Geschäftsmodell der Energieversorgungsunternehmen (EVU)** so **stark zerpfückt**, wie es kaum jemand erwartet hätte. Von dieser Entwicklung sind auch Stadtwerke betroffen, die stark in fossile Erzeugungskapazitäten investiert haben. Rund ein Viertel des Stroms wird in Deutschland inzwischen durch Wind, Sonne und Biomasse erzeugt. Doch weil die Stromerzeugung durch konventionelle Kraftwerke nicht im selben Maß zurückgegangen ist, ist ein **Überangebot entstanden**, welches die **Börsenkurse regelrecht hat abstürzen lassen**. **Zusätzlich unterliegt die Energiewirtschaft ähnlich der Entwicklung im Internet einem starken Trend zur Dezentralisierung und wird zunehmend digitaler**. Das **Energiesystem der Zukunft wird deutlich dezentraler, kleinteiliger und flexibler sein** als das heutige. Darauf sind die **traditionellen Geschäftsmodelle von Energieversorgungsunternehmen jedoch nicht ausgerichtet**. Außerdem **stehen mächtige Wettbewerber aus anderen Branchen** wie z.B. Google, Apple u.a. vor der Tür, um Anteile in den sich neu entwickelnden Märkten wie z. B. Elektromobilität, Smart Home, Smart Building, Smart City, Smart Grid, Smart Metering u. a. zu erobern.



Lösungsansätze

EVU sollten die **Chancen der digitalen Transformation nutzen**, um schnellstmöglich **neue digitale Geschäftsmodelle zu entwickeln** wie z.B. das Betreiben und Vermarkten von dezentralen Erzeugungs-, Speicher- und Lastinfrastrukturen auf Basis einer smarten Infrastruktur, Bereitstellung von Dienstleistungen rund um Elektromobilität sowie Smart City/Home-Dienstleistungen. Damit lassen sich zusätzliche Einnahmequellen identifizieren. Zusätzlich sollten EVU das **Kundenerlebnis durch pfiffige Integration der digitalen Kanäle verbessern**. EVU können heute über ein nie dagewesenes Spektrum an Schnittstellen mit dem Kunden in Kontakt treten, dabei ein **nahtloses und integriertes Mehrkanal-Erlebnis anbieten** und sich damit **von Wettbewerbern unterscheiden**. Ziel ist es, durch das Web 2.0 wertvollen Input für Vertrieb, Kundenbetreuung und Kundenbindungsmaßnahmen zu gewinnen. **Zusätzlich ermöglichen neue Technologien eine Absenkung der Betriebskosten im Service und im Netz**. So helfen Smart Meter Energieversorgungsunternehmen dabei, z. B. Zählerstände aus der Ferne abzulesen. Stromangebot und -nachfrage können besser überwacht und die entsprechenden Netze effizienter gesteuert werden. Zudem entfällt der aufwendige und anachronistische Ablesedienst vor Ort. **Aufgaben und Arbeitsabläufe in der Verwaltung mit geringer Wertschöpfung können automatisiert werden** und ermöglichen dadurch eine Reallokation der frei werdenden Mitarbeiter zu Tätigkeiten mit einer höheren Wertschöpfung.

Digitale Transformation ist hochkomplex. Umso wichtiger ist die digitale Statusbestimmung

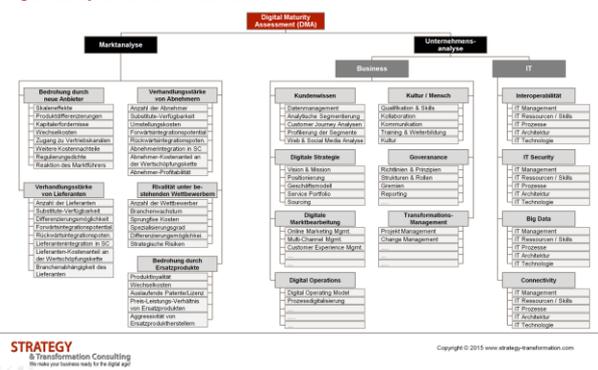
Im Rahmen der digitalen Transformation ergibt sich eine Vielzahl von Fragen. **Um die Komplexität zu reduzieren und um mehr Transparenz bei der Ist-Situation zu gewinnen**, empfehlen wir, **die digitale Transformation mit einer gründlichen und strukturierten digitalen Statusbe-**

stimmung zu beginnen. Unser **Digital Maturity Assessment (DMA)** ist eine solche digitale Statusbestimmung und besteht aus 3 Teilen mit über 16 Themenblöcken und mehr als 200 Einzelfragen, welche alle Aspekte der Digitalisierung abdecken. Dazu zählen:

- **Unternehmensbezogene Analyse aus Business Sicht**
- **Marktbezogene Analyse**
- **Unternehmensbezogene Analyse aus IT Sicht**

Das Digital Maturity Assessment umfasst eine ausführliche Markt- und Trendanalyse sowie eine detaillierte Unternehmensanalyse

Digital Maturity Assessment – Modelstruktur



Das **Digital Maturity Assessment (DMA)** schafft somit die **Grundlage für die Ausarbeitung einer ganzheitlichen Digitalstrategie** mit anschließender Transformations-Roadmap. Final folgt die Umsetzung der digitalen Transformation.

Vorgehen Digital Maturity Assessment (DMA)

Das DMA bieten ein **Vorgehen in drei Stufen** an, welche sich wie folgt gestalten:

I) Indikationsebene:

100 geschlossene sowie einige offene Fragen bieten eine Metrik zur Beurteilung sowohl der digitalen Reife des Unternehmens sowie auch des Bedrohungspotentials des Marktumfeldes, in dem das Unternehmen tätig ist.

II) Detaillierungsebene:

Fokussierung auf identifizierte Handlungsfelder, die einer tieferen Analyse unterzogen werden. Hier stehen weitere 100+ offene und geschlossene Fragen zur Detailanalyse zur Verfügung.

III) Ursache-Wirkungs-Analysen:

Detaillierte Opportunity- bzw. Problemstrukturierung sowie Analyse von Ursachen-Wirkungszusammenhängen z.B. mittels Ishikawa Diagrammen. Diese Phase dient auch als Materialsammlung für die Ausarbeitung einer Digitalstrategie im Anschluss an die Statusbestimmung.

Mehrwert und Differenzierung

Unser digitales Reifegradmodell **differenziert sich im Vergleich zum Wettbewerb durch Ganzheitlichkeit und Vollständigkeit**. Im Gegensatz zu anderen digitalen Reifegradmodellen fokussiert unser Model nicht ausschließlich auf einzelne Unternehmensfunktionen bzw. Perspektiven, sondern **deckt alle für die digitale Transformation relevanten Funktionsbereiche eines Unternehmens** ab. Als **Alleinstellungsmerkmal im Markt** erfasst unser Model **zusätzlich das marktbezogene Bedrohungspotential** durch Erfassung und Bewertung von Veränderungen in der Markt- und Branchenstruktur. **Weiterführende Informationen** erhalten Sie unter www.strategy-transformation.com/digital-maturity-assessment/

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann schreiben Sie uns per Email oder rufen Sie uns an. Sehr gerne stellen wir Ihnen unsere Beratungsprodukte sowie Fach- und Branchenkompetenzen in einem persönlichen Gespräch detailliert vor. Wir freuen uns darauf, Sie kennenzulernen!

STRATEGY & TRANSFORMATION CONSULTING

Marc R. Esser, Managing Partner

+49 151 230 37748

Marc.Esser@strategy-transformation.com

www.strategy-transformation.com