Transformation meistern –

mit Prozesseffizienz zum Energiedienstleister 4.0

Aareal

YOUR COMPETITIVE ADVANTAGE.

Management Summary

Kulturwandel in der Energiewirtschaft

Die Digitalisierung ist einer der tiefgreifendsten Veränderungsprozesse unserer Zeit und fordert von Unternehmen, insbesondere Energieversorgungsunternehmen (EVU), vor allem eines: **einen klaren Digitalisierungswillen**. Digitalisierung ist längst keine Frage des „Ob" mehr und auch das „Wann" sollte spätestens seit Ausbruch der Corona-Pandemie beantwortet sein. Entscheidend ist jetzt das „Wie". Wie können Unternehmen Technologien der Digitalisierung so einsetzen, dass sie einen Mehrwert stiften, Ansätze neuer Geschäftsmodelle ermöglichen und auf eine umfassende Digitalisierungsstrategie von EVU und deren Kunden einzahlen? Und welche Expertise ist dafür erforderlich?

Eine Accenture-Umfrage von 2019 zeigt: Mit Blick auf die Stromanbieter wünschen sich 46 Prozent der befragten KMU Angebote, die auf ihre spezifischen Bedürfnisse zugeschnitten sind. 43 Prozent erwarten längst eine nahtlose Customer Experience von ihrem Energieversorger. Das lässt erkennen, dass EVU, die ihren Kunden keine zeitgemäßen digitalen Services und Produkte zur Verfügung stellen, Gefahr laufen diese Kunden zu verlieren. In diesem Kontext wird der Kunde vom passiven Stromabnehmer zum dynamischen Akteur. **Energieversorgungsunternehmen müssen daher weniger Versorger und mehr Dienstleister werden.**

Digitalisierungsstand der Energiewirtschaft

Sind die EVU gewappnet, die Auswirkungen der Digitalisierung zu erkennen und gewinnbringend für die eigene Weiterentwicklung zu nutzen? Die Prognosen für den Energiemarkt klingen vielversprechend: Megatrends wie die E-Mobilität machen das Produkt „Strom" noch vielfältiger. Und im Hinblick auf digitale Geschäftsfelder unverzichtbar. Das zeigt eine Befragung unter Entscheidern aus deutschen Stadtwerken. 72 Prozent nannten das Thema E-Mobilität als oberste Priorität bei entscheidenden Zukunftstrends, aber nur 44 Prozent der Umfrageteilnehmer gaben an schon in diesem Bereich aktiv zu sein. Als weitere Trends benennt die Umfrage Themen wie die dezentrale Stromversorgung, Smart Metering, die Nutzung von Big Data und Blockchain sowie Beratungsleistungen.

Dieselbe Umfrage macht ebenfalls deutlich, wie viel Kooperations- und Entwicklungspotenzial noch besteht: Drei von vier Teilnehmern der Umfrage gaben an, im Innovationsmanagement insbesondere auf interne Impulse aus der Branche und dem eigenen Unternehmen zu setzen. Hier heißt es **Synergieeffekte nutzen und auch über den brancheneigenen Tellerrand nach Lösungen zu schauen**, die etwa als Hybridprodukte Dienstleistungen aus Bank- und IT-Wesen bündeln.

Der digitale Kunde

Der Digitalisierungsdruck auf Kundenseite beeinflusst zusätzlich die zukünftige Produktentwicklung aufseiten der EVU. Die bestimmenden Themen sind ähnlich: Die Blockchain-Technologie verbreitet sich, wenn auch noch zögerlich, auch bei den EVU-Kunden aus der Wohnungswirtschaft. Ein weiteres Thema ist der Einsatz künstlicher Intelligenz (KI), etwa im Mieter-Matching. Dennoch sehen sich 47 Prozent der Teilnehmer einer Digitalisierungsstudie in der Wohnungswirtschaft noch in einer digitalen Entwicklungsphase.

Und der digitale Endkunde? Der will eine umfassende Consumer Experience – beim Stromversorger ebenso wie in der Wohnungswirtschaft. Das heißt, dass EVU hier auf Standards reagieren müssen, die von anderen Branchen wie etwa dem Handel gesetzt werden.

Digitalisierungswille ist hausgemacht

Um den genannten, vielfältigen Herausforderungen der Digitalisierung gerecht zu werden und von ihren Potenzialen bestmöglich zu profitieren, brauchen EVU auf dem Weg zu einer durchdachten Digitalisierungsstrategie starke Partner. **Wirkungsvolle Lösungen werden zukünftig aus Synergien entstehen – und auf Basis einer nachhaltigen, digitalisierten Prozesslandschaft.** Hier wird die Aareal Bank Gruppe zum Digitalisierungspartner. Konkret unterstützt sie EVU auf dem Weg zum digitalisierten Energiedienstleister 4.0 – mit einem Schwerpunkt bei der Prozessoptimierung und der Digitalisierung des branchenübergreifenden Zahlungsverkehrs.

Um bei der Vielfalt digitaler Möglichkeiten einen ersten Ankerpunkt zu haben, setzt die **Aareal Bank auf einen Dreiklang der Prozessdigitalisierung.** Was bei der Optimierung und Automatisierung unternehmenskritischer Prozesse beginnt, kann so auf lange Sicht auch Raum für frische Ideen und neue Geschäftsmodelle schaffen:

DIGITALISIEREN
Eine Umstellung des Zahlungsverkehrs auf vollständig digital unterstützt Kunden der Energieversorger in der Digitalisierung ihrer Informationen. Kunden mit großen Datenmengen wie die Wohnungswirtschaft verbessern ihren Kundenservice und können unkompliziert kundenindividuell abrechnen und verwalten.

AUTOMATISIEREN
Digitalisierte Informationen bereiten den Weg für digitalisierte Interaktionen – etwa über Plattformlösungen im Zahlungsverkehr. Das optimiert Betriebsabläufe und spart Ressourcen. Tools, die sich dabei einfach etwa über integrierte Schnittstellen einfügen lassen, unterstützen die Wohnungs- und Immobilienwirtschaft in der Etablierung automatisierter Abläufe.

VISIONIEREN
Sind die digitalen Grundsteine gelegt, wird der Weg frei für neue Geschäftsmodelle. Das IT-Budget wird entlastet und neue Trends sowie Tools lassen sich leichter integrieren. Das bildet die Grundlage für eine erfolgreiche und unternehmensübergreifende digitale Prozesskette.

Optimierte Prozessabläufe schaffen die Basis für eine wirksame Digitalisierungsstrategie, die mit den Bedürfnissen des Unternehmens mitwächst und flexibel auf die sich ändernden Kundenansprüche reagiert.

Inhaltsverzeichnis

Die digitale Transformation des Energiemarkts

Wie digital ist der Energiemarkt? 04

Energie als Service: der digitale Kunde 06

Mit Digitalisierung Mehrwerte schaffen 10

Keine Digitalisierungsstrategie ohne IT-Struktur

Runter von der Insel: Kooperationen nutzen 12

Aus der Praxis: Digitaler Zahlungsverkehr und Prozessoptimierung 14

Smarter werden, Trends mitgestalten 19

Fünf Handlungsempfehlungen für den Energiedienstleister 4.0 21

Die digitale Transformation des Energiemarkts

Wie digital ist der Energiemarkt?

Die Digitalisierung transformiert Prozesse, Produktion und Kundenansprüche. Und fordert von Energieversorgungsunternehmen (EVU) vor allem eines: einen klaren Digitalisierungswillen. Sind die EVU gewappnet, die Auswirkungen dieser Themen zu erkennen und gewinnbringend für die eigene Weiterentwicklung zu nutzen?

52 %

verfügen über keine umfassende Digitalisierungsstrategie, sondern setzen lediglich Einzelprojekte um.*

Grundsätzlich ist die Stimmung positiv: Die Prognosen für den Energiemarkt klingen vielversprechend. Megatrends wie die Smart City und E-Mobilität machen das Produkt „Strom“ noch vielfältiger. Das zeigt eine Befragung unter Entscheidern aus deutschen Stadtwerken. 72 Prozent nannten das Thema E-Mobilität als oberste Priorität bei der Frage nach entscheidenden Zukunftstrends, aber nur 44 Prozent der Umfrageteilnehmer gaben an, schon in diesem Bereich aktiv zu sein. Weitere Trends aus der Umfrage waren Themen wie die dezentrale Stromversorgung, Smart Metering, die Nutzung von Big Data und die Blockchain-Technologie sowie Beratungsleistungen.

Dieselbe Umfrage zeigt aber auch, wie viel Entwicklungspotenzial noch besteht: Drei von vier Teilnehmern gaben an, im Innovationsmanagement vor allem auf interne Impulse aus der Branche und dem eigenen Unternehmen zu setzen. **Hier heißt es Synergieeffekte nutzen und auch über den brancheneigenen Tellerrand nach Lösungen zu schauen**, die etwa als Hybridprodukte Dienstleistungen aus Bank- und IT-Wesen bündeln.

Corona verdeutlicht Digitalisierungsbedarf

Eine Umfrage der Aareal Bank im April 2020 unter über 700 Entscheidern aus der Wohnungs- und Energiewirtschaft ergab: Nur die Hälfte (50 %) der Befragten aus der Energiewirtschaft findet, dass ihr Unternehmen gut vorbereitet war, wichtige Prozesse digital auszuführen. Viele erwarten daher einen Digitalisierungsschub bei Prozessen (30 %) und der Automatisierung von Arbeitsschritten (24 %).

* Rödl Consulting AG, Die wegweisenden 5-Dimensionen der Energiewirtschaft, 2018

Eine weitere Studie zeigt, dass von den befragten 53 Unternehmen aus dem Energiemarkt aktuell gerade einmal 30 Prozent über einen konkreten Fahrplan zur Digitalisierung ihrer Wertschöpfungskette verfügen. **In derselben Studie gaben 52 Prozent der Teilnehmer an, über keine umfassende Digitalisierungsstrategie zu verfügen, sondern lediglich** Einzelprojekte umzusetzen. Und das, obwohl 92 Prozent der Befragten dem Thema Digitalisierung eine hohe Priorität auf Geschäftsleitungsebene zumessen.

Die fünf D-Themen

Die Digitalisierung muss im Kontext anderer Trends betrachtet werden, um zu verstehen, wie sich Geschäftsmodelle der Stromversorger nachhaltig verändern werden. Diese Trends sind die „5-D-Themen“:

1. **Dekarbonisierung**
   Nicht nur in Deutschland, auch international ist die Dekarbonisierung ein zentrales Thema der Energiepolitik. Die Zielvorgabe ist die Abkehr der Energiewirtschaft von der Nutzung kohlestoffhaltiger Energieträger.
2. **Digitalisierung**
   Smart Metering, Smart Grids, Künstliche Intelligenz, Big Data, Blockchain – die Digitalisierung transformiert die gesamte Wertschöpfungskette von Energieversorgern. Ein zentrales Tool der Energiewirtschaft: Smart Meter als Baustein der Digitalisierung der Energiewende.
3. **Demografie**
   Mit demografischen Verschiebungen (Alterung der Bevölkerung, zurückgehende Geburtenraten, Abwanderungen) verändern sich nicht nur Gesellschaftsstrukturen, sondern auch Städte und Regionen und damit Infrastrukturen, etwa in den Bereichen Energiebedarf und Mobilität.
4. **Dezentralisierung**
   Bedingt durch politische Vorgaben wird die Energiewirtschaft zunehmend kleinteiliger und differenzierter.
5. **Diversifizierung**
   Energieversorger sind gefragt ihr Produktportfolio auszuweiten – auch über Branchengrenzen hinaus. Hier werden Kooperationen eine entscheidende Rolle spielen.

Vom Wollen zum Machen

Doch warum existiert diese Schere zwischen dem Bewusstsein für die Bedeutung des Themas und dem zögerlichen Schritt in eine umfassende Umsetzung? Der Druck ist hoch und die Digitalisierung ist auch bei den Stromversorgungsunternehmen nicht neu auf der Tagesordnung. Im Spannungsfeld zwischen Gewinndruck, regulatorischen Vorgaben und sich ändernden Rahmenbedingungen braucht es eine intensive Auseinandersetzung mit der Unternehmensstrategie. **Neben dem Veränderungswillen muss jetzt gefragt werden: Wer sind meine Kunden? Und welche Produkte und Services erwarten diese?**

Energie als Service: der digitale Kunde

Digitalisierung betrifft nicht nur das traditionelle Geschäft der Energieversorger, die Erzeugung und den Vertrieb. Der Digitalisierungsdruck auf Kundenseite beeinflusst zusätzlich die zukünftige Produktentwicklung aufseiten der EVU. Verbraucher und B2B-Kunden informieren sich zunehmend über das Internet. Damit ändert sich auch ihr Anspruch an digitale Serviceleistungen.

46 %

der KMU wünschen sich individuell zugeschnittene Angebote von ihren EVU.*

Eine Accenture-Umfrage von 2019 zeigt: Mit Blick auf die Stromanbieter wünschen sich 46 Prozent der befragten KMU Angebote, die auf ihre spezifischen Bedürfnisse zugeschnitten sind. 43 Prozent erwarten längst eine nahtlose Customer Experience von ihrem Energieversorger. Darin schwingt auch mit, dass noch längst nicht alle EVU ihren Kunden zeitgemäße digitale Services und Produkte zur Verfügung stellen. Sie laufen Gefahr, diese Kunden zu verlieren. Denn 9 von 10 befragten KMU wären bereit ihren Anbieter zu wechseln, wenn dieser ihren spezifischen Anforderungen nicht gerecht wird. In diesem Kontext wird der Kunde vom passiven Stromabnehmer zum dynamischen Akteur.

* Accenture, Blog für Energieversorger, 2019

Der Anspruch steigt: Immobilien- und Wohnungswirtschaft

Wohnungswirtschaft und Stromversorger haben, gerade mit Blick auf den Digitalisierungsdruck, vieles gemeinsam. Das macht sie zu einer so wichtigen Zielgruppe der EVU. Denn die Wohnungswirtschaft ist die Schnittstelle zu einer Kundengruppe, die für die Energieversorger relevant ist: die Mieter, die alle auch Versorgungskunden sind. Die bestimmenden Themen sind ähnlich: Die Blockchain-Technologie mit ihren Einsatzmöglichkeiten als sichere, digitale Transaktions- und Prozessdatenbank verbreitet sich auch in der Wohnungswirtschaft. Ein weiteres Thema ist der Einsatz künstlicher Intelligenz (KI), etwa im Mieter-Matching. Aber auch Themen wie dezentrale Energieerzeugung, Smart Homes und E-Mobilität sind für Marktteilnehmer beider Branchen relevant. Bei allem Druck vonseiten der Endkunden: 47 Prozent der Teilnehmer einer Digitalisierungsstudie in der Wohnungswirtschaft sehen sich aktuell noch in einer digitalen Entwicklungsphase.

Der digitale Schulterschluss: **Hier können EVU ihren Kunden aus der Wohnungswirtschaft einen echten Mehrwert bieten – wenn sie Lösungen und Tools entwickeln, die ihren B2B-Kunden helfen, den Digitalisierungsdruck abzufedern, der nicht zuletzt durch die Endkunden an sie herangetragen wird.**

Kooperationen nutzen: EVU können wichtige Digitalisierungspartner der Wohnungswirtschaft werden.

* ZIA Zentraler Immobilienausschuss e.V., Digitalisierungsstudie 2019 – Erkenntnisse für die Wohnungswirtschaft, 2019

Der digitale Verbraucher

Und der digitale Endkunde? Der will eine umfassende Consumer Experience – beim Stromversorger ebenso wie auf der großen Shopping-Plattform. Das heißt, dass EVU hier auf Standards reagieren müssen, die von anderen Branchen, wie etwa dem Handel, gesetzt werden. „Kunden werden durchaus anspruchsvoller", beobachtet auch Anke Morlath, Bereichsleiterin EVU Competence Center Aareon AG und Geschäftsführerin der phi-Consulting GmbH: „Es geht nicht mehr um den reinen Stromtarif, es sollte zukünftig eine Zusatzleistung mit angeboten werden, etwa das Ticket für den Stadtverkehr. Das heißt, dass Versorger ihr Leistungsportfolio ausweiten müssen, um attraktiv zu bleiben."

Um vom veränderten Kundenverhalten profitieren zu können, werden Energieversorgungsunternehmen zukünftig sowohl netzbezogene als auch netzferne Services und Produkte anbieten müssen.

52 %

der KMU aus der Energiewirtschaft sind überzeugt, dass zukünftiger Unternehmenserfolg maßgeblich von der Entwicklung neuer Geschäftsfelder abhängt.*

Der Kunde mit seinen neuen Bedürfnissen und einem veränderten Kaufverhalten muss in das Zentrum aller Überlegungen rücken. Neue Strategien und Rahmenbedingungen sind nötig, die Innovation fördern. Der Blick über den Tellerrand wird immer wichtiger. Wer langfristig nicht nur reagieren will, sondern Teilhabe an neuen Standards anstrebt, wird verstärkt auf Kooperationen setzen müssen: mit angrenzenden Branchen wie der Wohnungswirtschaft, aber auch mit Dienstleistern aus dem Finanzwesen oder Technologieführern aus der IT.

* Rödl Consulting AG, Die wegweisenden 5-Dimensionen der Energiewirtschaft, 2018

Ein immer stärker digitalisierter Alltag verändert die Kundenansprüche.

Interview

Mit Digitalisierung Mehrwerte schaffen

Anke Morlath ist Bereichsleiterin des EVU Competence Centers der Aareon Deutschland GmbH. Ihre Arbeit steht schwerpunktmäßig unter der Devise, die Schnittstelle zwischen Wohnungswirtschaft und Versorger zu digitalisieren und so durch Vernetzung Mehrwerte zu schaffen. Im Interview beleuchtet sie den Digitalisierungsstand der EVU und zeigt mögliche Hürden auf, die hier im Wege stehen. Mit Blick auf Branchen- und Digitalisierungstrends beantwortet sie die Frage: Wie sieht der Versorger der Zukunft aus?

Frau Morlath, was würden Sie sagen: Wie digital sind Energieversorger und Wohnungswirtschaft heute?

Energieversorger sind schon seit vielen Jahren im Umfeld der Digitalisierung tätig – nicht zuletzt aufgrund gesetzlicher Belange. Themen wie die Bereitstellung von Online-Services oder der Wunsch nach Kosteneffizienz, die stark mit digitalen Prozessen zusammenhängen, sind heute schon sehr weit verbreitet. Die Wohnungswirtschaft ist aus meiner Perspektive mit ihren digitalen Lösungen ein wenig später gestartet, aber im Moment deutlich schneller in der Umsetzung.

Was treibt Digitalisierung bei den Energieversorgern? Sind das interne oder externe Faktoren?

Energielieferanten erfahren bei der Digitalisierung sowohl aus dem eigenen Geschäftskundenumfeld als auch von innen einen zunehmenden Druck. Das umfasst dann Fragen darüber, wie die Marktkommunikation gestärkt werden kann, um Massenprozesse zu verschlanken, wie Kunden mit KI-Lösungen individuellere Tarife geboten werden können oder auch wie ein Tarifberater aufgebaut werden kann. Insgesamt werden Kunden also durchaus anspruchsvoller. Es geht nicht mehr um den reinen Stromtarif. Kunden erwarten zukünftig, dass Zusatzleistungen mit angeboten werden – so etwa das Ticket für den Stadtverkehr. Das heißt im Umkehrschluss, dass Versorger ihr Leistungsportfolio ausweiten müssen, um attraktiv zu bleiben. Auf der Netzseite wiederum ist der Druck stark innengetrieben. Da müssen ständig Prozesse weiter optimiert werden. Und auch an dieser Stelle kann das nur mithilfe der Digitalisierung gelingen.

Mit welchem Fokus entwickelt die Aareon Gruppe Produkte für Energieversorger?

Aareon, Europas führendes Beratungs- und Systemhaus für die Immobilienwirtschaft und deren Partner, entwickelt Produkte und Lösungen, die helfen, Energie- und Immobilienwirtschaft, aber auch Kommunen und Wärmemessdienstleister näher zusammenbringen und Prozesse durch digitale Lösungen über Branchen hinweg zu vernetzen. Während aus der Bankexpertise heraus ein deutlicher Schwerpunkt auf dem branchenübergreifenden Zahlungsmanagement liegt, bieten wir als Tochtergesellschaft der Aareal Bank Gruppe weiterführende Lösungen an, die an der Schnittstelle zwischen den Branchen liegen: etwa bei einem optimierten Leerstandsmanagement mit Aareon Wechselmanagement, dem digitalen Rechnungsdurchlauf mit Aareon Rechnungsservice oder der Umsetzung von gesetzlichen Vorgaben wie der EED-Richtlinie. Wir bieten aber auch Portallösungen, wie das Service-Portal Mareon für die Vernetzung und Prozessvereinfachung mit Handwerkern.

Welche Rolle spielen Daten für zukunftsfähige Geschäftsmodelle und was wäre ein erster Schritt in Richtung sinnvolle Datennutzung?

Die heute zur Verfügung stehenden Datenmengen sind immens. Oft fehlt es aber an Struktur und Geschäftsmodellen, um diese Daten überhaupt nutzen zu können. Aber als Erstes gilt es, die Hausaufgaben zu erledigen und sich mit der DSGVO vertraut zu machen. Und dann muss das Ziel definiert werden. Möchte der Energieversorger beispielsweise individuell zugeschnittene Tarife anbieten, dann muss er sich mit der Zielgruppe auseinandersetzen. Wieder andere Daten und Logiken sind notwendig, soll das Thema Predictive Maintenance verfolgt werden. Das funktioniert über eine systematische Datennutzung. Und das macht Kooperationen so interessant, denn sie ermöglichen, dass Versorger ihre Geschäftsmodelle erweitern und z. B. ihr Produktangebot vergößern, indem sie zusätzliche, zielgruppenspezifische Services anbieten können.

Wagen Sie einen Blick in die Glaskugel: Wie sieht das Energieversorgungsunternehmen von heute in fünf Jahren aus?

Der Kunde wird über alle Sparten hinweg in all seinen Wünschen und Bedürfnissen, etwa im Bereich Smart Home, auf individuell zugeschnittene Tariflösungen und Mehrwerte zurückgreifen können. Und diese auch verlangen. Unternehmen, die sich bisher nur um sich und ihre Produkte drehen, werden es schwer haben. Das Credo lautet: Der EVU-Endkunde steht absolut im Mittelpunkt.

Über die Aareon AG

Digitalisierung nutzbar machen: Aareon, Europas führendes Beratungs- und Systemhaus für die Immobilienwirtschaft und deren Partner, und ihre Tochter phi-Consulting bieten digitale Lösungen, die Prozesse von Energieversorgern, Messdiensten und Wohnungswirtschaft optimieren und Mehrwerte schaffen. Entscheidend hierfür ist die umfangreiche Prozesskenntnis der Wertschöpfungskette für die jeweiligen Marktrollen eines Energieversorgers. Auf dieser Basis bietet die Aareon AG ein digitales Ökosystem an, das die Energieversorger bei dem digitalen Transformationsprozess unterstützt. Ganz nach dem Motto: Energiewirtschaft – digital gedacht.

Keine Digitalisierungsstrategie ohne IT-Struktur

Runter von der Insel: Kooperationen nutzen

Runter von der Insel: Kooperationen nutzen

Für die Energieversorger ist die Zeit der Insellösungen vorbei: Traditionelle Geschäftsfelder verschmelzen zunehmend mit anderen Branchen zu neuen Dienstleistungen und Geschäftsmodellen.

„Was es jetzt braucht, ist ein Kulturwandel“, sagt Timo Dell, Mitglied des Management-Boards von rku.it – IT-Spezialisten für die Versorgungs-, Verkehrs- und Kommunalwirtschaft – sowie stellvertretender Vorstandsvorsitzender des Bundesverbands der Energiemarktdienstleister e.V. (BEMD). Der Branchenexperte hat klare Handlungsempfehlungen: „Die Transformation der Arbeitskultur ist eine der absoluten Grundvoraussetzungen, um die Herausforderungen, die sich aus Energiewende und Digitalisierung ergeben, meistern zu können. Dazu gehört auch, dass Energieversorger neue Entwicklungs- und Projektformate wagen, wie den ‚Sprint‘, um zeitnah neue Produkte testen zu können und so die nötige Agilität im Markt zu entwickeln.“ Das gelte im Übrigen für Energieversorger wie auch für Energiedienstleister.

Wer hilft Versorgungsunternehmen auf diesem Weg? Das Bewusstsein in der Branche ist da: **Es geht nicht ohne Kooperationen.** Dabei gebe es verschiedene Ebenen, die berücksichtigt werden sollten, so Timo Dell: „Auf der einen Seite müssen Energieversorger klar definieren, wo ihre Kernkompetenzen liegen und auch branchenübergreifend kooperieren. Zweitens können auch regionale Kooperationsfelder innerhalb der Smart Region sinnstiftend sein: Wo kann ich meine Kernkompetenz in Kooperation mit (über-)regionalen Experten noch weiter ausbauen? Und der dritte Aspekt betrifft die steigenden Anforderungen an notwendige IT-Leistungen: Welche IT-Partner habe ich, die mir helfen können, all diese Themen technologischer Komplexität zu stemmen?“ Die IT sei dabei essenziell, ergänzt Dell: **„Das Thema Digitalisierungsstrategie geht nicht ohne IT, vor allem nicht ohne eine strategische IT-Plattform.** Diese Plattform muss bspw. im Segment der Versorgungswirtschaft standardisierte Services im Bereich des klassischen regulatorischen Commodity-Business liefern und zeitgleich Flexibilität im Einsatz von neuen individuellen Tools und Lösungen ermöglichen. Das sind neben höchster IT-Security die technologischen Grundlagen, die EVU befähigen, den heute entscheidenden Spagat zwischen traditionellem Geschäft und der Differenzierung durch dessen Weiterentwicklung und Ausbau erfolgreich zu meistern.“

„Das Thema Digitalisierungsstrategie geht nicht ohne das Thema IT, vor allem nicht ohne eine strategische IT-Plattform. Diese Plattform muss standardisiert sein im Bereich der Commodity und flexibel im Einsatz von neuen individuellen Tools und Lösungen. Das ist die Grundlage für EVU, um den entscheidenden Spagat zwischen Sicherheit und Differenzierung zu schaffen.“

Timo Dell

Mitglied des Management-Boards von rku.it und stellvertretender Vorstandsvorsitzender des Bundesverbands der Energiemarktdienstleister e.V. (BEMD)

Aus der Praxis: Digitaler Zahlungsverkehr und Prozessoptimierung

Ein Ansatzpunkt, der Energieversorgern den Sprung in ein neues Leistungsangebot ermöglicht, sind die Services für die Wohnungswirtschaft. Präziser: die aufwendigen Prozesse des Zahlungsvekehrs. Eine Studie der Deutschen Bundesbank zum Zahlungsverhalten in Deutschland zeigt, dass bspw. der Anteil der Internetzahlungen 2017 bereits 44 Prozent ausmachte, Tendenz steigend. 87 Prozent der Umfrageteilnehmer gaben an, bargeldlose Bezahlverfahren im Internet zu kennen. Daraus ergeben sich interessante Möglichkeiten an den branchenübergreifenden Schnittstellen, denn beide Branchen sind über den gemeinsamen Kunden längst miteinander verzahnt: Es werden Abrechnungen geschrieben und erfasst, Zählerstände notiert und zwischen Wohnungswirtschaft und Stromversorger ausgetauscht. **Wenn EVU die eigenen Prozesse effektiv automatisieren, können sie für ihre Kunden in der Wohnungswirtschaft zu wichtigen Digitalisierungspartnern werden.**

Aareal Bank: Partner für die Energieversorger

Andreas Beckmann, Head of Sales der Aareal Bank AG und Experte für den Energiemarkt, erklärt, wie die Aareal Bank mit ihren Produkten dazu beiträgt, dass Energieversorger zu starken Partnern der Wohnungswirtschaft werden. „Rechnungsstellung, Versand und Empfang – was erst einmal harmlos klingt, bindet, wenn nicht automatisiert, enorme Ressourcen: Zeit, Arbeitskraft, Papier. Unsere Kunden setzen beispielsweise BK01 eConnect ein. Auf Versorgerseite übernimmt die Anwendung die elektronische Rechnungsstellung, also den Versand, und aufseiten der Wohnungswirtschaft optimiert es die Datenverarbeitung. **Beim BK01-Zahlungsmanagement, das wir für EVU anbieten, geht es letztendlich darum Zahlungen möglichst zeitnah, direkt und automatisiert zu verbuchen.** Die EVU können sich mithilfe der Aareal-Lösungen als wertvolle Digitalisierungs-Enabler der Wohnungswirtschaft positionieren."

BK01-Produktfamilie

Die BK01-Produktfamilie der Aareal Bank automatisiert zahlungsverkehrsrelevante Prozesse und ist funktional eng verwoben mit den führenden ERP-Systemen der Wohnungs- und Energiewirtschaft. In der Immobilien- und Wohnungswirtschaft ist Aareal BK01 bereits seit vielen Jahren das führende integrierte Zahlungsverkehrsverfahren.

Zahlungsverkehr als digitaler Kreislauf

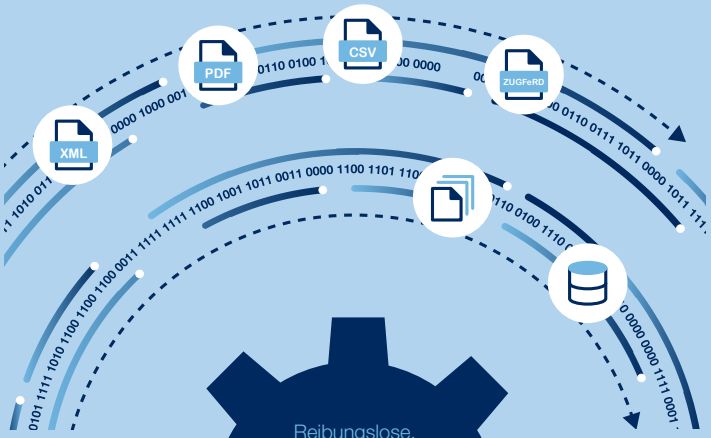
Wie Energie- und Wohnungsunternehmen ihre Rechnungsprozesse, Zahlung und Buchung nahtlos digitalisieren können und dadurch Medien- sowie Prozessbrüche beim branchenübergreifenden Zahlungsverkehr vermeiden.

BK 01® *eConnect*

Das Energieunternehmen versendet maßgeschneiderte, automatisch verarbeitbare E-Rechnungen an das Wohnungsunternehmen – in jedem gewünschten Format, in jeglicher gewünschten Datentiefe.

BK 01® *immoconnect*

Seine Abrechnungen schickt der Energieversorger nicht gesammelt an das Wohnungsunternehmen, sondern gezielt je Abrechnungsposition des Wohnungsunternehmens. Aufwendige Abstimmungen, Recherchen und manuelle Umbuchungen gehören der Vergangenheit an.



Reibungslose, synchronisierte Kommunikation der Buchhaltungssysteme beider Parteien im **BK 01®** Lösungsverbund

BK 01® Rechnungs-Datenverarbeitung

Die eingehenden – genau auf die Bedürfnisse des Wohnungsunternehmens zugeschnittenen – Rechnungsdaten werden ohne manuellen Aufwand nach vorgegebenen Kriterien geprüft, eingelesen und zur Weiterverarbeitung bereitgestellt.

BK 01® Betriebskosten Management

Automatisiert angestoßene Lastschrifteinzüge auf Einzelabrechnungsebene, hundertprozentig korrekt zugeordnet, ersetzen die buchungsintensiven Prozesse der Wohnungswirtschaft im ausgehenden Zahlungsverkehr. Das Wohnungsunternehmen gewinnt an Komfort, Sicherheit und beschleunigt seine Nebenkostenabrechnung.

Vorteile Energieversorger

- **Starkes Vertriebsargument:** gegenüber der Wohnungswirtschaft
- **Kundenorientierung:** konsequente Ausrichtung an Bedürfnissen der Wohnungsunternehmen
- **Effizienz:** automatisierte Rechnungsstellung und Datenplausibilisierung
- **Optimierte Abläufe:** einheitliche Prozesse ohne jegliche Medienbrüche

Vorteile Wohnungsunternehmen

- **Effizienz:** automatisierte Rechnungsverarbeitung, Zahlung und Buchung
- **Zeitersparnis:** extrem vereinfachte Betriebskostenabrechnung
- **Kundenbindung:** zufriedenere Mieter dank Zeiteffizienz
- **Optimierte Abläufe:** vollständig digitalisierter Prozess

„Produkte müssen heute sehr zeitnah entwickelt werden und einen tatsächlichen Bedarf abdecken. Das tun unsere BK01-Produkte, indem sie eine IT-Lösung bieten, die genau im richtigen Maße standardisiert ist, um effektiv Prozesse zu automatisieren und gleichzeitig flexibel genug bleibt, um schnelles Reagieren zu erlauben.“

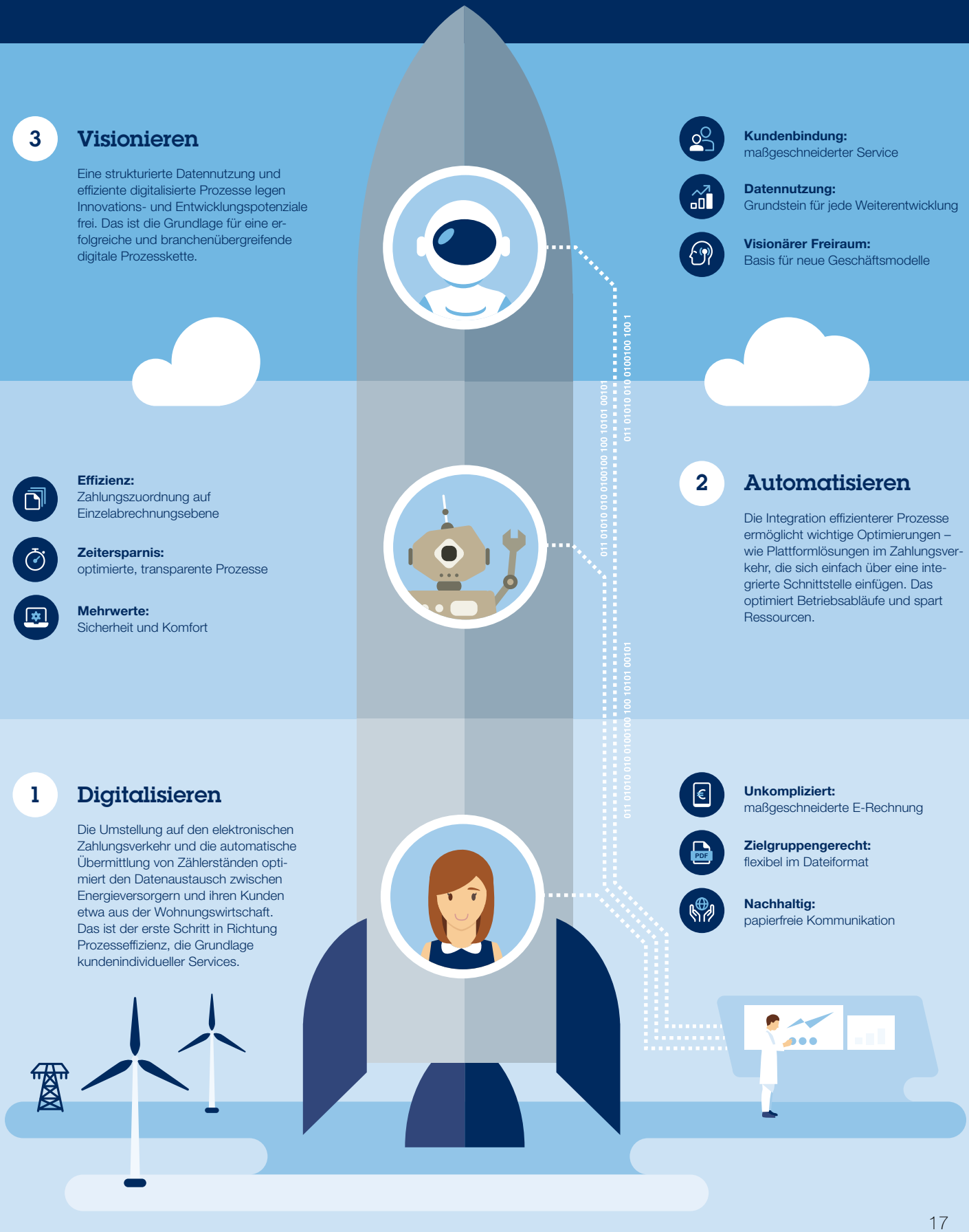
Andreas Beckmann
Head of Sales, Aareal Bank AG

Weichenstellung für Digitalisierungserfolge

Automatisierte Prozesse helfen nicht nur Ressourcen zu sparen, sie setzen Innovationspotenzial frei. Auch, weil mit den digitalisierten Prozessen wertvolle Kundendaten strukturiert nutzbar gemacht werden. Diese Daten sind der Treibstoff für die digitale Weiterentwicklung. „Überall rückt der Kunde in den Fokus. Den Freiraum für die Auseinandersetzung mit diesem neuen Kunden gewinnt man, indem man so viele Prozesse wie möglich verschlankt und automatisiert. Dazu gehört auch eine strukturierte Nutzung der Kundendaten“, erläutert Andreas Beckmann, Head of Sales, Aareal Bank AG, und führt mit Blick auf die Produktentwicklung weiter aus, „das gilt für uns Banken ebenso wie für Stromversorger und andere Industrien: Produkte müssen heute sehr zeitnah entwickelt werden und einen tatsächlichen Bedarf abdecken. Das tun unsere BK01-Produkte, indem sie eine IT-Lösung bieten, die genau im richtigen Maße standardisiert ist, um effektiv Prozesse zu automatisieren und gleichzeitig flexibel genug bleibt, um schnelles Reagieren zu erlauben.“ Die Aareal Bank setzt im Bereich der digitalen Lösungen für das Zahlungs- und Prozessmanagement bei der Entwicklung ihrer Produkte auf einen Dreiklang der Prozessdigitalisierung: Digitalisieren, Automatisieren, Visionieren. Denn der **Schlüssel zur Entwicklung neuer, digitaler Geschäftsmodelle liegt in der erfolgreich eingesetzten Prozessoptimierung.**

Transformation beschleunigen

Eine strukturierte Datennutzung und effiziente digitalisierte Prozesse legen Innovations- und Entwicklungspotenziale frei. Das ist die Grundlage für eine erfolgreiche und unternehmensübergreifende digitale Prozesskette.



3 Visionieren

Eine strukturierte Datennutzung und effiziente digitalisierte Prozesse legen Innovations- und Entwicklungspotenziale frei. Das ist die Grundlage für eine erfolgreiche und branchenübergreifende digitale Prozesskette.

Kundenbindung:
maßgeschneiderter Service

Datennutzung:
Grundstein für jede Weiterentwicklung

Visionärer Freiraum:
Basis für neue Geschäftsmodelle

Effizienz:
Zahlungszuordnung auf Einzelabrechnungsebene

Zeitersparnis:
optimierte, transparente Prozesse

Mehrwerte:
Sicherheit und Komfort

2 Automatisieren

Die Integration effizienterer Prozesse ermöglicht wichtige Optimierungen – wie Plattformlösungen im Zahlungsverkehr, die sich einfach über eine integrierte Schnittstelle einfügen. Das optimiert Betriebsabläufe und spart Ressourcen.

1 Digitalisieren

Die Umstellung auf den elektronischen Zahlungsverkehr und die automatische Übermittlung von Zählerständen optimiert den Datenaustausch zwischen Energieversorgern und ihren Kunden etwa aus der Wohnungswirtschaft. Das ist der erste Schritt in Richtung Prozesseffizienz, die Grundlage kundenindividueller Services.

Unkompliziert:
maßgeschneiderte E-Rechnung

Zielgruppengerecht:
flexibel im Dateiformat

Nachhaltig:
papierfreie Kommunikation

Praxiserprobt: Abrechnungsservices mit den BK01-Produkten der Aareal Bank

Beim Energiemarktdienstleister COUNT+CARE GmbH & Co. KG in Darmstadt kommen BK01 eConnect und BK01 immoconnect seit 15 Jahren zum Einsatz. Das Unternehmen betreut unter anderem das Abrechnungswesen der ENTEGA AG. „BK01 ist für uns heute der Standard und eine Notwendigkeit“, resümiert Nils Lübeck, Leiter Forderungsmanagement und Zahlungsverkehr der COUNT+CARE GmbH & Co. KG. „Aus strategischer Sicht ist es so wichtig, weil es einiges für unser Kundenverhältnis in die Wohnungswirtschaft getan hat. Aber auch intern sind wir auf die automatisierten Prozesse angewiesen: Wir hätten gar nicht mehr die Kapazitäten, um in diesem Umfang manuell zu arbeiten. Das ist auch ein wichtiger Aspekt in Bezug auf qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Der Fachkräftemangel betrifft auch die Energiebranche und wir müssen als Arbeitgeber attraktiv bleiben. Dazu gehört auch, sich von nicht-sinnstiftenden Aufgaben zu verabschieden, indem man Prozesse automatisiert.“

„Automatisierte Prozesse schaffen Freiräume für die Mitarbeiter, und das wiederum schafft Zugang zu Wissen und Ideen. Das ist heute essenziell für das eigene Innovationsmanagement.“

José David da Torre Suárez
Geschäftsführer COUNT+CARE GmbH & Co. KG

Aber Mitarbeiterzufriedenheit zahlt gemäß José David da Torre Suárez, Geschäftsführer der COUNT+CARE GmbH & Co. KG, auch auf ein anderes Thema ein: „Automatisierte Prozesse schaffen Freiräume für die Mitarbeiter und das wiederum schafft Zugang zu Wissen und Ideen. Das ist heute essenziell für das eigene Innovationsmanagement.“ Auch wenn viele Digitalisierungslösungen aus Kooperationen entstehen werden, sind die **Energieversorger auf ein eigenes Innovationsmanagement angewiesen, wenn sie über die reine Commodity Energie hinaus die Chancen nutzen möchten, die die Digitalisierung auch bietet.**

Neue Rollen für Energieversorger

Smarter werden, Trends mitgestalten

Veränderungen sind nichts Schlechtes und bei allem Veränderungsdruck erscheint die Energiebranche positiv gestimmt: 64 Prozent der Teilnehmer einer Studie zu Digitalisierungsthemen in der Energiewirtschaft bewerten die aktuelle wirtschaftliche Lage als gut. Beste Bedingungen für den Start in das unbekannte Territorium neuer Geschäftsmodelle.

64%

in der Energiewirtschaft bewerten die aktuelle wirtschaftliche Lage als gut.*

Der Blick auf die 5-D-Themen Digitalisierung, Demografie, Dezentralisierung, Diversifizierung, Dekarbonisierung zeigt deutlich: Der Energieversorger der Gegenwart wird sich deutlich wandeln und ein Dienstleister im Smart Market werden, bei dem der Commodity-Strom nur noch ein Produkt in einem branchenübergreifenden Portfolio ist.

Energieversorgungsunternehmen sind jetzt gefragt, die digitale Transformation anzunehmen, d. h., traditionelle Geschäftsmodelle zu überdenken und in zukunftsfähige Ideen sowie agile Kooperationspartnerschaften zu investieren. **Sie müssen die reine Versorgerrolle verlassen und vielseitiger im Serviceangebot werden.** Schaffen sie diesen Wandel, bietet sich die Chance neue Schlüsselrollen einzunehmen – etwa als Wegbereiter der Smart City.

* Rödl Consulting AG, Die wegweisenden 5-Dimensionen der Energiewirtschaft, 2018

Es bleibt ein Kulturwandel, den Energieversorungsunternehmen jetzt in Angriff nehmen müssen. Jede Veränderung beginnt mit dem ersten Schritt, auch die digitale Transformation. Ein paar grundsätzliche Empfehlungen vereinfachen den Start.

Die Digitalisierung beeinflusst alle Bereiche unseres Lebens. Die Veränderungen, die damit einhergehen, passieren nicht von heute auf morgen. Sie fallen aber auf jeden Fall leichter mit den richtigen Partnern und Werkzeugen.

Diese Transformation zum Energiesdienstleister 4.0 begleitet die Aareal Bank Gruppe. Sie ist führender Partner der Energieversorger in der Umsetzung von Digitalisierungsstrategien. Der Schwerpunkt liegt dabei auf automatisierten Verfahren der Rechnungsstellung sowie des elektronischen Zahlunsgverkehrs.

Fünf Handlungsempfehlungen für den Energiedienstleister 4.0

1. **Ziele definieren**
   Veränderungen brauchen eine übergeordnete Strategie. Nur so lassen sich Ressourcen effektiv einsetzen und wirkungsvolle Konzepte entwickeln.

2. **Kooperationen wagen**
   Energieversorger müssen sich öffnen. Kooperationen mit dynamischen Partnern aus der IT, dem Bankwesen oder auch Start-ups machen es möglich, Trends aktiv mitzugestalten.

3. **Innovationen managen**
   Statt vieler Einzellösungen müssen Digitalisierungskonzepte zentral zusammengeführt und in eine sichere IT-Struktur eingebunden werden.

4. **Mitarbeiter mitnehmen**
   Eine Digitalisierungs-Roadmap hilft, die Mitarbeiter mitzunehmen und Digitalisierung nachvollziehbar zu machen.

5. **IT stärken**
   Die Digitalisierung hängt an der IT. Je höher der Automatisierungsgrad in den Prozessen, desto mehr Spielraum bleibt, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln.

Sie haben Fragen, wünschen eine Beratung oder interessieren sich für die Services, die wir Energieversorgern bieten? Sprechen Sie uns gerne an.

Andreas Beckmann
Head of Sales
Aareal Bank AG

+49 611 348-2985
@ andreas.beckmann@aareal-bank.com

Aareal Bank AG
Paulinenstraße 15 · 65189 Wiesbaden
Telefon: +49 611 348 0
E-Mail: sales@aareal-bank.com

www.aareal-bank.com

Aareal
YOUR COMPETITIVE ADVANTAGE.

02 / 2021