

Hans-Gerd Servatius

Bei Smart Energy-Geschäftsmodellen werden neuartige Kooperationsformen immer wichtiger*

Innovative Geschäftsmodelle, wie z.B. die Realisierung von Smart Home-Lösungen, erfordern eine verstärkte Zusammenarbeit von Akteuren aus verschiedenen Branchen. Experten und Kunden erwarten, dass ein Systemführer die verschiedenen Anbieter koordiniert. Noch ist aber nicht sicher, aus welcher Branche diese Integratoren kommen und ob die Kunden den Energieversorgern diese Rolle zutrauen. Auf jeden Fall bedarf es neuartiger Kooperationsformen.

Verbreitete Skepsis von Energiekunden

Werden Privatkunden von ihren Energieversorgern zukünftig nicht nur Basisprodukte wie Strom und Gas kaufen, sondern auch intelligente Energiedienstleistungen? Eine aktuelle Studie von Ernst & Young in 12 Ländern kommt zu dem Ergebnis, dass 75% der Verbraucher ihr Verhältnis zu den EVU als negativ bezeichnen. Dies habe zur Konsequenz, dass die Kunden den Versorgern „keine Erlaubnis geben würden“, als bevorzugter Partner für smarte Produkte und Dienstleistungen aufzutreten [1]. Möglicherweise erkennen diese Skeptiker, dass es ein Großteil der Versorger noch nicht geschafft hat, tragfähige Smart Energy-Geschäftsmodelle zu realisieren.

Hieraus ergeben sich für die Versorger tief greifende Konsequenzen. Wenn Sie sich nicht mit der Rolle eines Commodity-Lieferanten zufrieden geben wollen, müssen sie neue Kompetenzen entwickeln. Eine Option hierbei ist, dies aus eigener Kraft zu versuchen, was aber vermutlich vielen nicht gelingen wird. Eine Erfolg versprechende Alternative sind neue Kooperationsformen. Anders als bei der traditionellen Zusammenarbeit in vorhandenen Märkten geht es dabei um eine „Co-Creation“ von innovativen Geschäftsmodellen gemeinsam mit Partnern und Kunden.

Erfolgreich mit Business Model Co-Creation

Ein Beispiel für kooperative Geschäftsmodell-Innovationen sind Smart Home-Lösungen, wie sie gegenwärtig von verschiedenen Branchen angestrebt werden. Eine Studie von Cap Gemini kommt zu dem Ergebnis, dass dabei für 61% der befragten Experten das Partnernetzwerk der kritische Faktor des Geschäftsmodells ist. 64% der Experten und 83% der befragten Haushalte sind der Ansicht, dass es eines Integrators bedarf, der die relevanten Angebote bündelt.

Aus Kundensicht am ehesten in Frage kommen hierfür Gebäudetechniker gefolgt von Telekommunikationsanbietern und Energieversorgern. Alle diese Akteure haben – ebenso wie der Elektrofachhandel und Elektroinstallateure – spezifische Chancen und Herausforderungen [2]. Eine eindeutige Antwort auf die Frage, wer sich in dem Smart Home-Ökosystem als Systemführer etablieren wird, lässt sich heute noch nicht geben.

Es kommt also darauf an, dass die Unternehmen der verschiedenen Branchen ihre jeweilige Ausgangssituation nutzen, Kooperationen eingehen und im Rahmen einer gemeinsamen Geschäftsmodell-Entwicklung ihre Rollen definieren. Das Vertrauen der Kunden werden diejenigen gewinnen, denen es am schnellsten gelingt, überzeugende Lösungen anzubieten.

Literatur

[1] Edelmann H (2011) Smart – Was Kunden wollen. Düsseldorf

[2] Boßow-Thies S, Moussa A et al (2011) Smart Home – Zukunftschancen verschiedener Industrien. München