

# Starke Marke für Smart Home

Smart-Home-Lösungen als Geschäftsmodell für Stadtwerke behandelt die neue Folge unserer E&M-Serie „Wege in die neue Welt“. VON PETER FOCHT

**D**as nicht mehr wegzudenkende Smartphone ist das Symbol für eine rasch zunehmende Digitalisierung des Lebens. Fachleute sprechen von einem Megatrend, dem auch die Energieversorgung folgen muss. Schon seit Jahren haben Informationstechnik und Software bei der Steuerung und Abwicklung von Prozessen in Netzen und im Energievertrieb enorm an Bedeutung gewonnen.

Brauchen Stadtwerke nun auch „digitale Produkte“? Ein Riesenthema sind momentan Smart-Home-Systeme zur intelligenten Hausautomation. Kommunale Unternehmen müssten sich rasch mit Smart Home beschäftigen und „schnell PS auf die Straße bringen“, mahnt Hans-Joachim Reck.

Nicht nur der Hauptgeschäftsführer des Verbandes kommunaler Unternehmen (VKU) befürchtet, dass mächtige Unternehmen wie die Telekom, Vodafone, Google, Apple oder Samsung Smart-Home-Angebote dazu nutzen könnten, mit ergänzenden Strom- und Gasangeboten Stadtwerken Kunden abspenstig zu machen. Reck ist deshalb der Ansicht, die kommunalen Versorger sollten „Smart Home ganz oben auf ihre Agenda setzen“.

Ähnlich wie das Smartphone entwickelt sich die Smart-Home-Technik sehr rasch. Telekommunikationsanbieter und Elektronikhersteller tummeln sich auf diesem wach-



Mit Smart-Home-Systemen lassen sich nicht nur Heizung und Beleuchtung effizienter steuern

Softwareforschung an der TU Berlin, den Reiz der Hausautomation auf den Punkt. Für viele Hausbesitzer mit Smartphone dürfte Smart Home deshalb schon heute interessant sein. Ein Renner sind sie indes noch für keinen Anbieter.

## Strom und Gas effizienter einsetzen

Energieversorgern ermöglicht ein Smart-Home-Produkt, Kunden dabei zu unterstützen, Energie effizienter einzusetzen sowie Strom und Gas zu sparen. Das sehen Stadtwerke als eine ihrer Zukunftsaufgaben. Sie wollen dafür ihre Erfahrung als langjährig zuverlässige Strom- und Gaslieferanten in die Waagschale werfen und hoffen, dass ihnen ihre Kunden auch im digitalen Zeitalter die Treue halten. Die Aufgabe bleibt indes, aus Smart Home ein Geschäftsmodell zu machen.

Und dabei ist durchaus Skepsis angebracht. „Wird Smart Home Rückgänge im Commodity-Geschäft wirtschaftlich kompensieren können?“, fragt Claudia Schlemmermeier, Geschäftsführerin der LBD-Beratungsgesellschaft. Ihre Antwort lautet eindeutig nein. „Denn es fehlt an eigenständigen Dienstleistungen, für die der Kunde bezahlt.“ Bislang sei Smart Home nur ein Instrument zur Kundenbindung und biete die Möglichkeit, Kontakte und Kommunikation mit den Kunden auszuweiten. „Also müssen alle Ausflüge in die Smart-Home-Welt aus der Vertriebsmarge finanziert werden“, so die Beraterin. Innovationsfähigkeit und IT-Kompetenz seien in anderen Branchen besser ausgeprägt als in der Versorgungswirtschaft. „Deswegen fördern branchenübergreifende Partnerschaften durchaus den Erfolg“, so ihr Rat an die Stadtwerke.

Einige kommunale Versorger sind schon mit Smart-Home-Angeboten

auf dem Markt. Relativ früh, Anfang 2014, eingestiegen sind beispielsweise die Stadtwerke Neumünster. „Wir sind überzeugt davon, dass Energie und Internet zusammenwachsen, und wollten zeigen, dass wir das ernst meinen“, begründet Nikolaus Schmidt, Leiter Energiepolitik bei den Stadtwerken, den frühen Start.

Der Versorger aus Schleswig-Holstein nutzt wie andere Unternehmen eine Lizenz für Webplattform, Online-Shop, Hardware, Support und mobile Apps des Kölner Geräteanbieters Rockethome. Smart Home sei allerdings bislang „kein Selbstläufer und weiter mehr ein Imageprodukt“, meint Schmidt. „Wir stehen da noch ganz am Anfang und bauen auf die weitere technische Entwicklung.“

Größere Versorger wie die Rhein-Energie oder EnBW nutzen das System des Herstellers Qivicon. Als führender Smart-Home-Anbieter mit mehreren Hunderttausend verkauften Geräten sieht sich der RWE-Konzern, der ein eigenes System entwickelt hat.

## Gemeinsame Plattformen für kleinere Versorger

Diesen Aufwand werden sich kleinere Stadtwerke nicht leisten können. „Ein einzelnes Stadtwerk mittlerer Größe kann die Aufgabe nicht stemmen“, ist sich VKU-Chef Reck sicher. Deshalb sei es „unheimlich wichtig“, bei Smart Home zu kooperieren, meint auch der Berliner Professor Albayrak.

Ansätze dafür gibt es bereits. „Die Thüga wird noch 2015 mit einem Smart-Home-Geschäftsmodell auf den Markt kommen“, kündigte bei einer VKU-Informationsveranstaltung Anfang Mai in Berlin Marcus Getta an. Das Unternehmen werde eine Lösung für Stadtwerke vorstellen, die eine weitere

Kontrolle über die Wertschöpfung ermöglichen als bisher eingesetzte Systeme, so der Leiter des Innovationsmanagements bei der Thüga.

Das Münchner Stadtwerke-Netzwerk ist indes nicht allein mit Angeboten für Systeme, die mehreren Unternehmen nutzen können. Die Leipziger VNG hat ein White-Label-Produkt entwickelt, das Stadtwerke unter eigenem Namen vertreiben können, wie Projektleiter Stephan Krein erläutert. Großes Interesse an White-Label-Lösungen hat ferner der RWE-Konzern festgestellt, der sein Smart-Home-System kommunalen Versorgern zur Vermarktung unter eigenem oder einem neutralen Markennamen zur Verfügung stellt. Und auch beim Oldenburger Versorger EWE gibt es Überlegungen, das neue Smart-Home-Angebot, das Ende des Jahres auf den Markt gebracht werden soll, anderen Stadtwerken zur Verfügung zu stellen.

## Suche nach wirtschaftlichem Geschäftsmodell

Die Wahl des Geschäftsmodells sei „erfolgskritisch“, merkt Thüga-Mann Getta an. Stadtwerke müssten sich überlegen, ob sie eine hohe Wertschöpfungstiefe mit größeren Chancen und Risiken anstreben, ob ihnen ein White-Label-Produkt von der Stange oder gar eine Kooperation mit Wettbewerbern im Commodity-Geschäft wie RWE oder Telekom genüge.

Auch Professor Albayrak rät den Unternehmen, sich nicht zu sehr um die Hardware-Frage, sondern mehr um ein Geschäftsmodell zu kümmern. Ein Schuss Realismus schadet indes auch bei Smart Home nicht: „Dass man damit Geld verdienen kann, ist noch nicht bewiesen“, stellt Getta nüchtern fest. Stadtwerke hätten jedoch gute Chancen, weil sie vielerorts eine starke Marke seien, ist er überzeugt. **E&M**



Smart Home sei bislang vor allem ein Instrument zur Kundenbindung, meint Beraterin Claudia Schlemmermeier

senden Markt. Hausautomationsysteme, mit denen sich Heizungen, Elektrogeräte und Beleuchtung eines Hauses oder einer Wohnung per Smartphone fernsteuern lassen, mit denen aber auch kontrolliert werden kann, ob Fenster, Türen und Rollläden geschlossen sind, werden laufend verbessert. Noch attraktiver werden sie dadurch, dass mit Kameras und Bewegungsmeldern auch Sicherheitsfunktionen integrierbar sind.

„Der Verbraucher will eine Lösung, die ihm das Leben erleichtert“, bringt Sahin Albayrak, Professor für