

Impulsvortrag:

Geschäftsmodelle für den offenen Energiemarkt.

Smart Energy – Eine Roadmap für die Energiewende

Fachkonferenz des MÜNCHNER KREIS

14. Mai 2014

Sheraton Hotel, München



- **Marktentwicklung & Situation in der Branche.**
- **Herausforderungen.**
- **Transformation.**
- **Erfolgsfaktoren.**

Markt

Die Energiewelt verändert sich grundlegend und dynamisch...



gestern „Abnehmer“

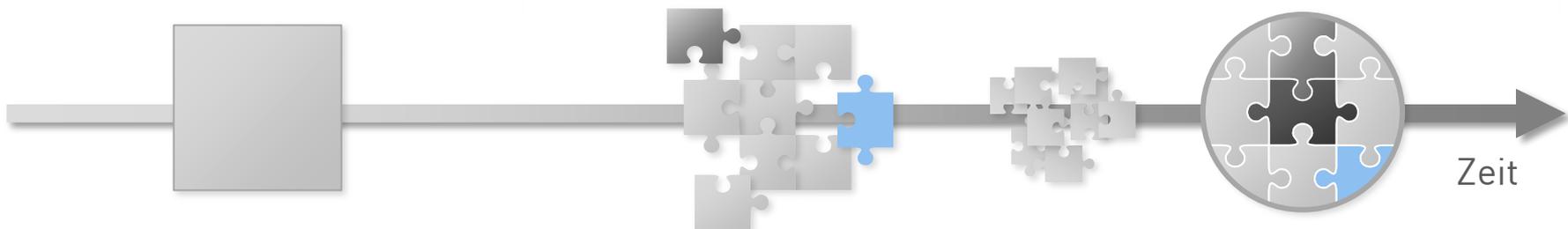
- Commodity Know-how beim Energieversorger
- Großkraftwerke
- Produktion folgt Verbrauch
- Strom + Gas
- Veränderung / Komplexität gering

heute „Kunde“

- Know-how auf verschiedene Rollen verteilt (Versorger, Kunden, Dritte)
- 30 % dezentrale Erzeugung
- Produktion stützt Produktion
- Strom + Gas + Lösungen
- Steigende Komplexitäts- und Veränderungsgeschwindigkeit

morgen „Prosumer“

- Integriertes Zusammenwirken verschiedener Marktteilnehmer (partizipative Energiewirtschaft)
- Stark fluktuierende Erzeugung
- Verbrauch folgt Produktion
- Energielösungen
- Hohe Komplexität und Dynamik



Kunde

bei den Kunden sind neue, zusätzliche Bedürfnisse entstanden ...



gestern

- › Versorgungssicherheit
- › Günstige Preise (B2B)

heute zunehmend

- › Günstige Preise + Zusatznutzen (B2C, B2B)
- › Ökologie / Nachhaltigkeit
- › Energiewende gestalten
- › Autonomie

morgen verstärkt

- › Chancen nutzen, Risiken minimieren
- › Komplexität reduzieren
- › Planbarkeit Energiekosten

Bedürfnisse in unterschiedlichen Clustern unterschiedlich stark ausgeprägt

- › Energie in einer „Smarten Welt“ erleben
- › Ökologie / Energiewende
- › „Abgesicherte“ Autarkie
- › Kosten senken / Energieeffizienz

Privat



Industrie / Mittelstand

- › Auflagen erfüllen
- › Wirtschaftlichkeit
- › Grünes Image
- › Alles aus einer Hand



- › Neue Produkte/DL einfach und ohne hohe Investitionen den eigenen Kunden anbieten können

Stadtwerk



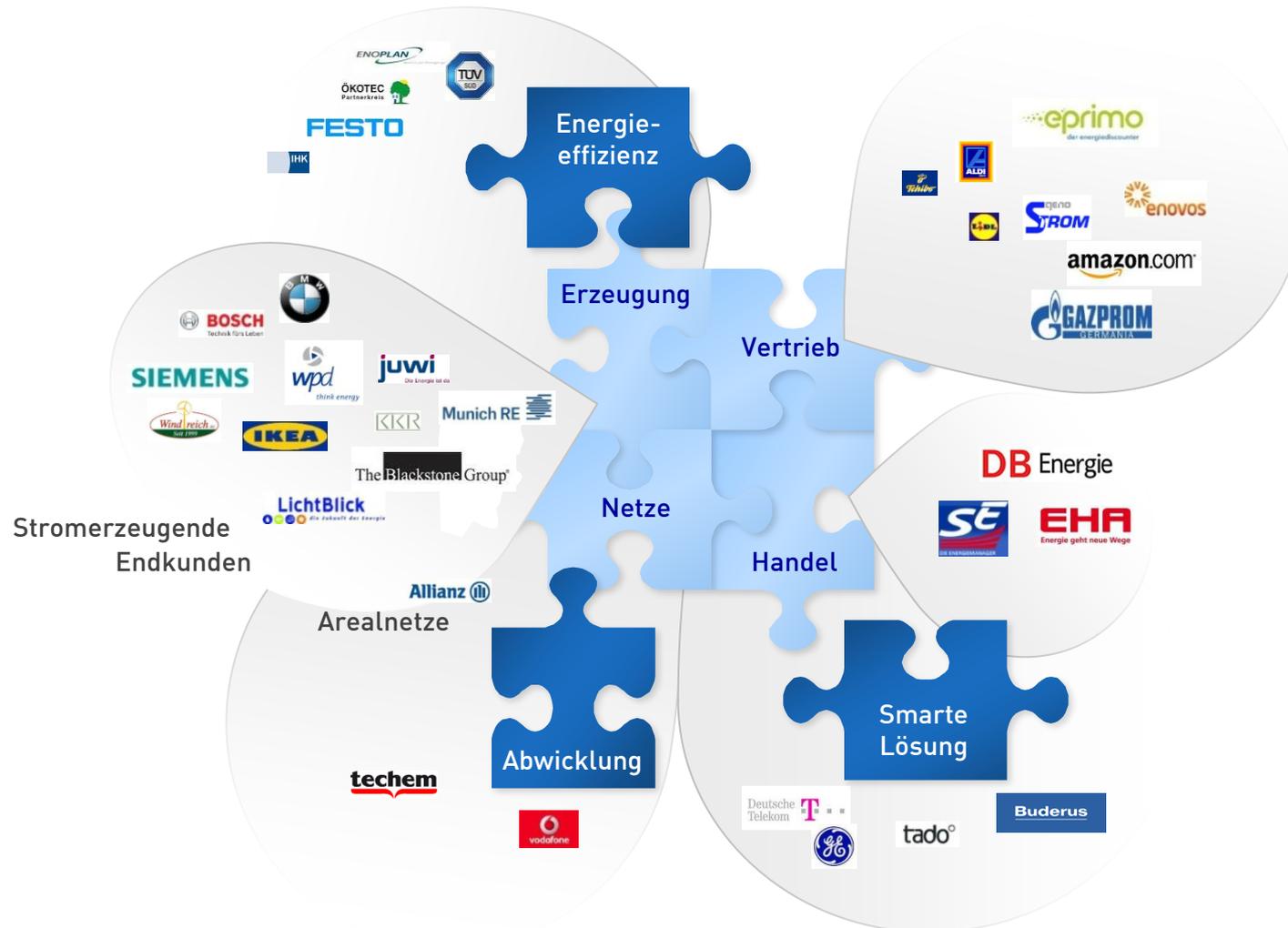
Kommune

- › Grünes Image
- › „Abgesicherte“ Autarkie
- › Politische Agenda erfüllen



Wettbewerb

Überall in der Wertschöpfungskette drängen neue Wettbewerber in den Markt.



Situation in der Branche.
Altes Geschäftsmodell vs. „neue Geschäfte“.



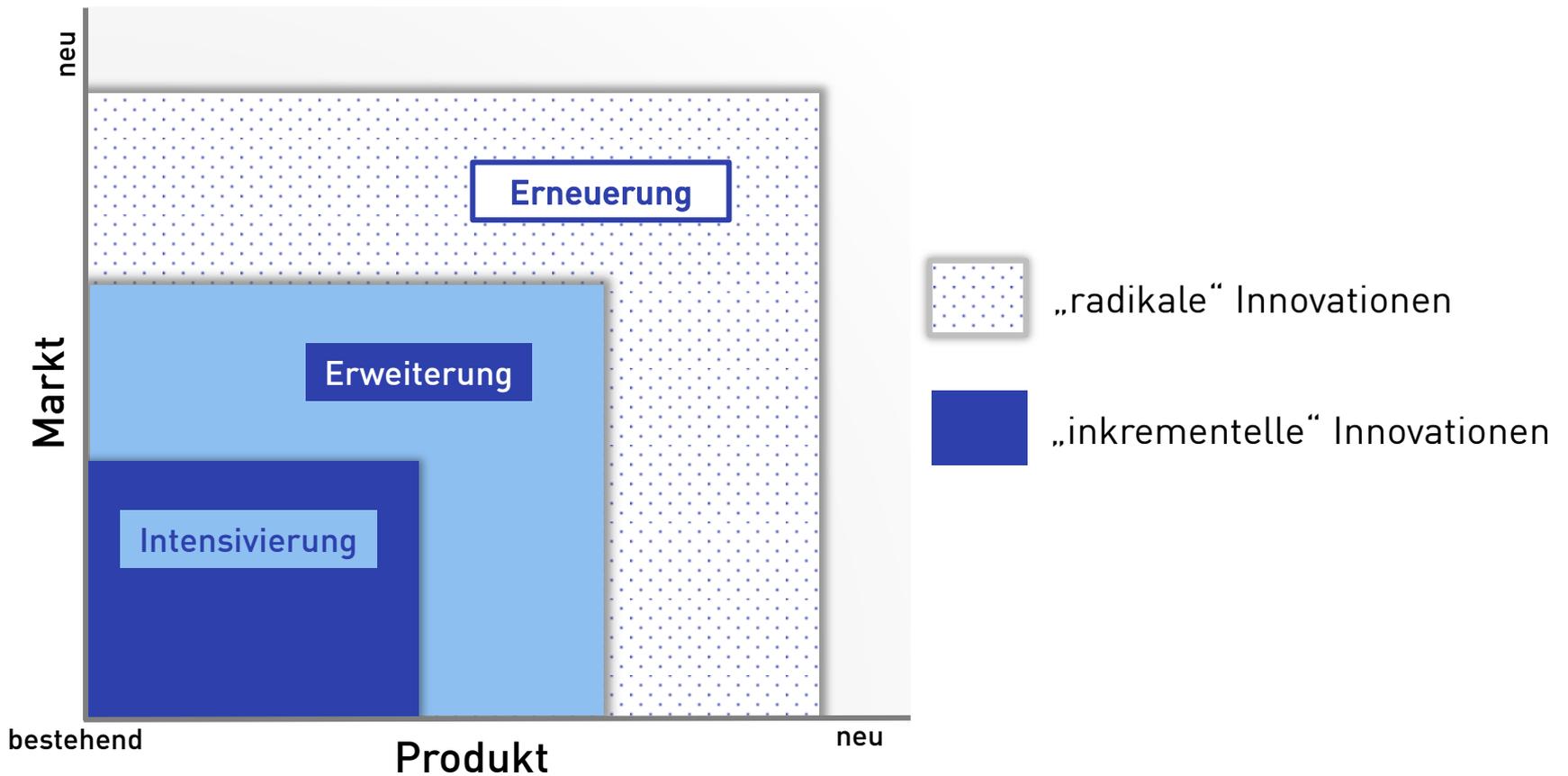
Situation in der Branche.

Wie schaffen wir Raum für neue Geschäftsideen?



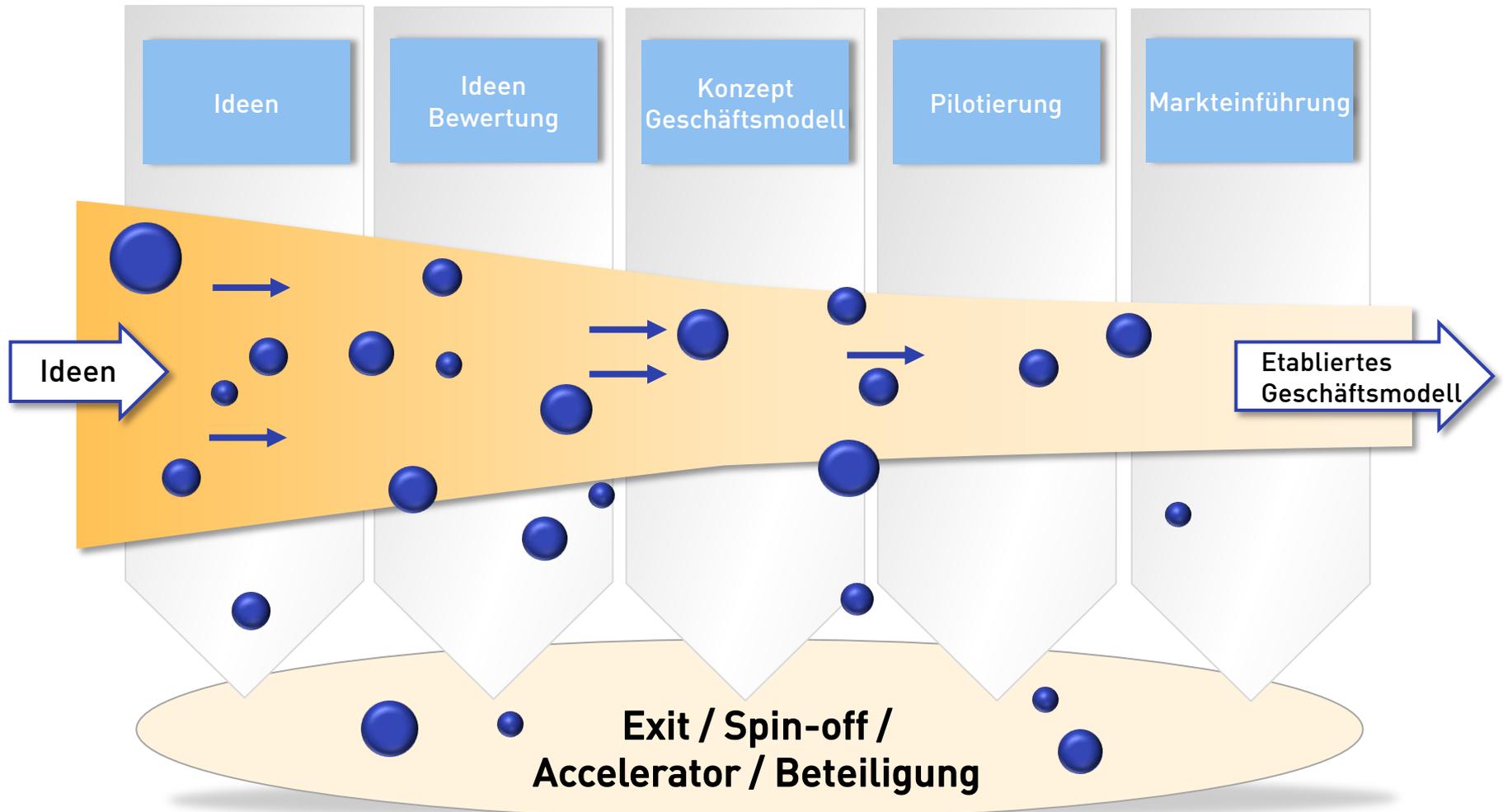
Herausforderungen.

Neue Geschäftsmodelle erfordern Innovationen.



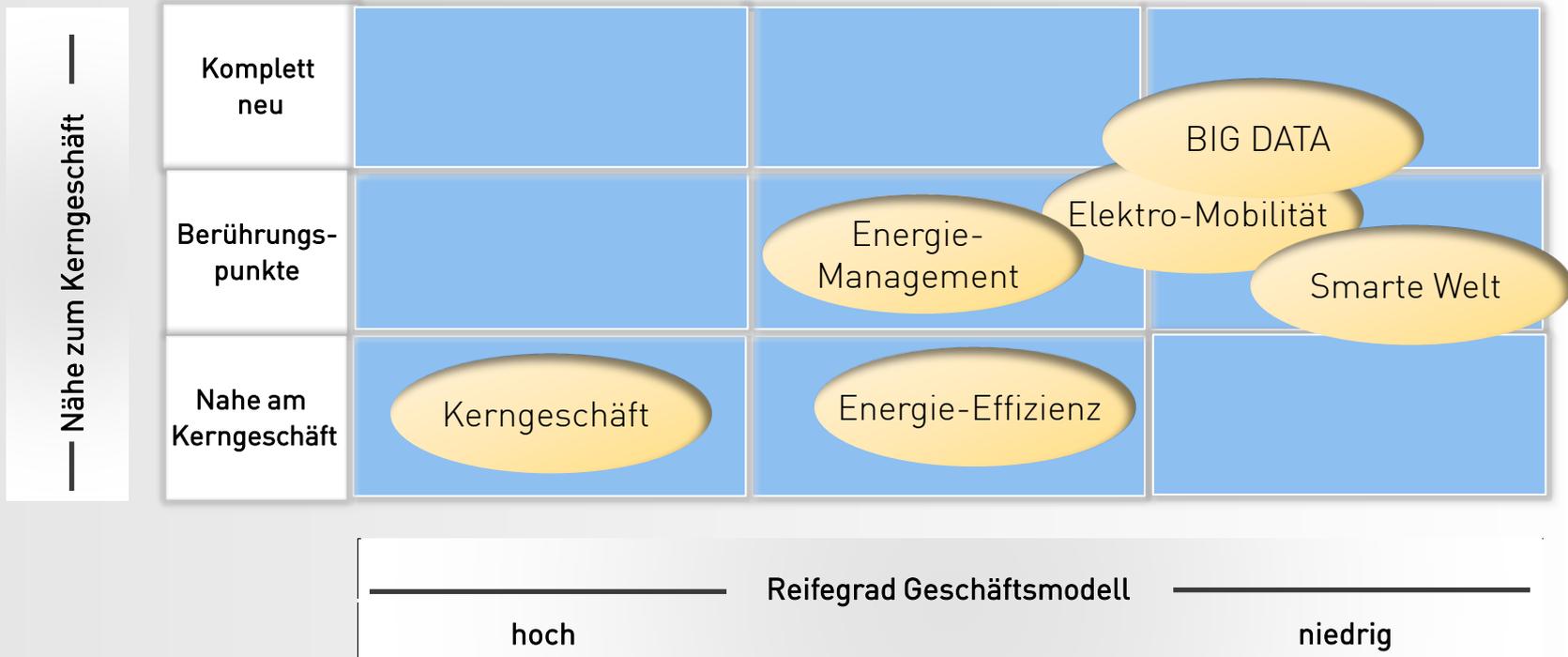
Herausforderungen.

Der offene Innovationsprozess im Überblick.



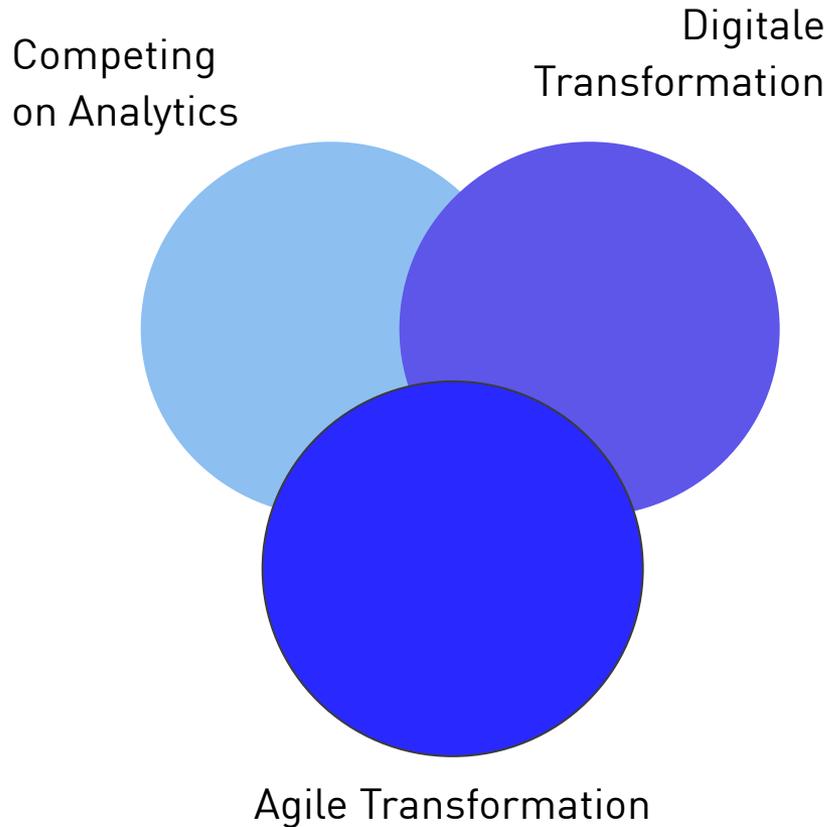
Herausforderungen.

Innovationsfelder und Portfolio. Wo spielen wir?

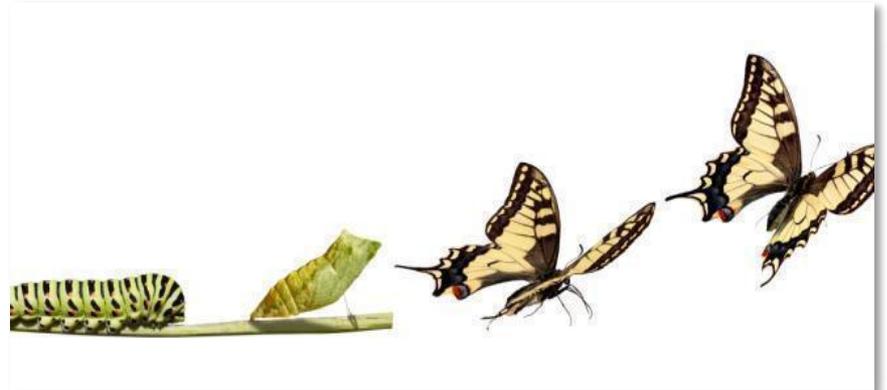


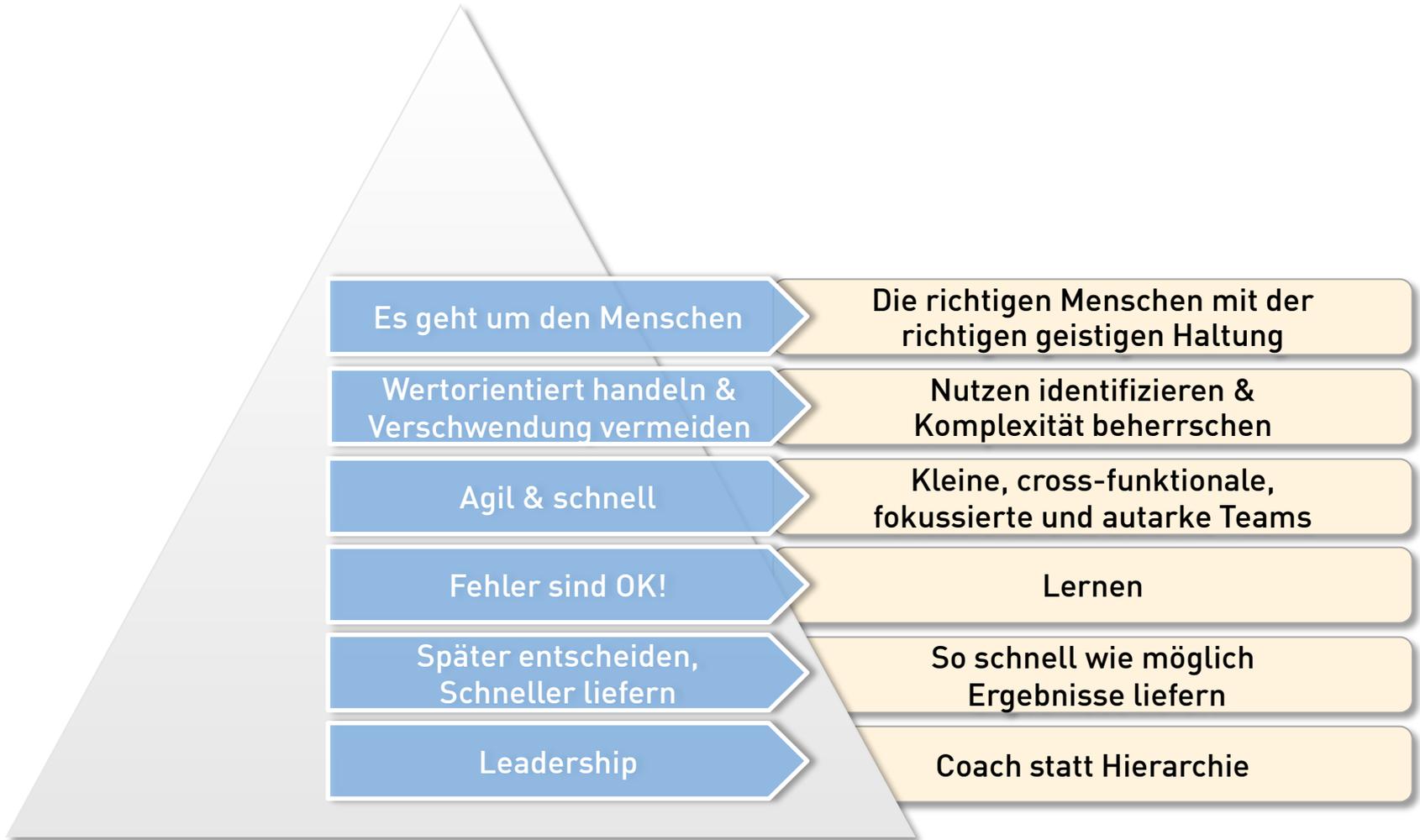
Marktpotential und strategic Fit als primäre Faktoren für das Innovationsportfolio.

Transformation → Fähigkeiten.

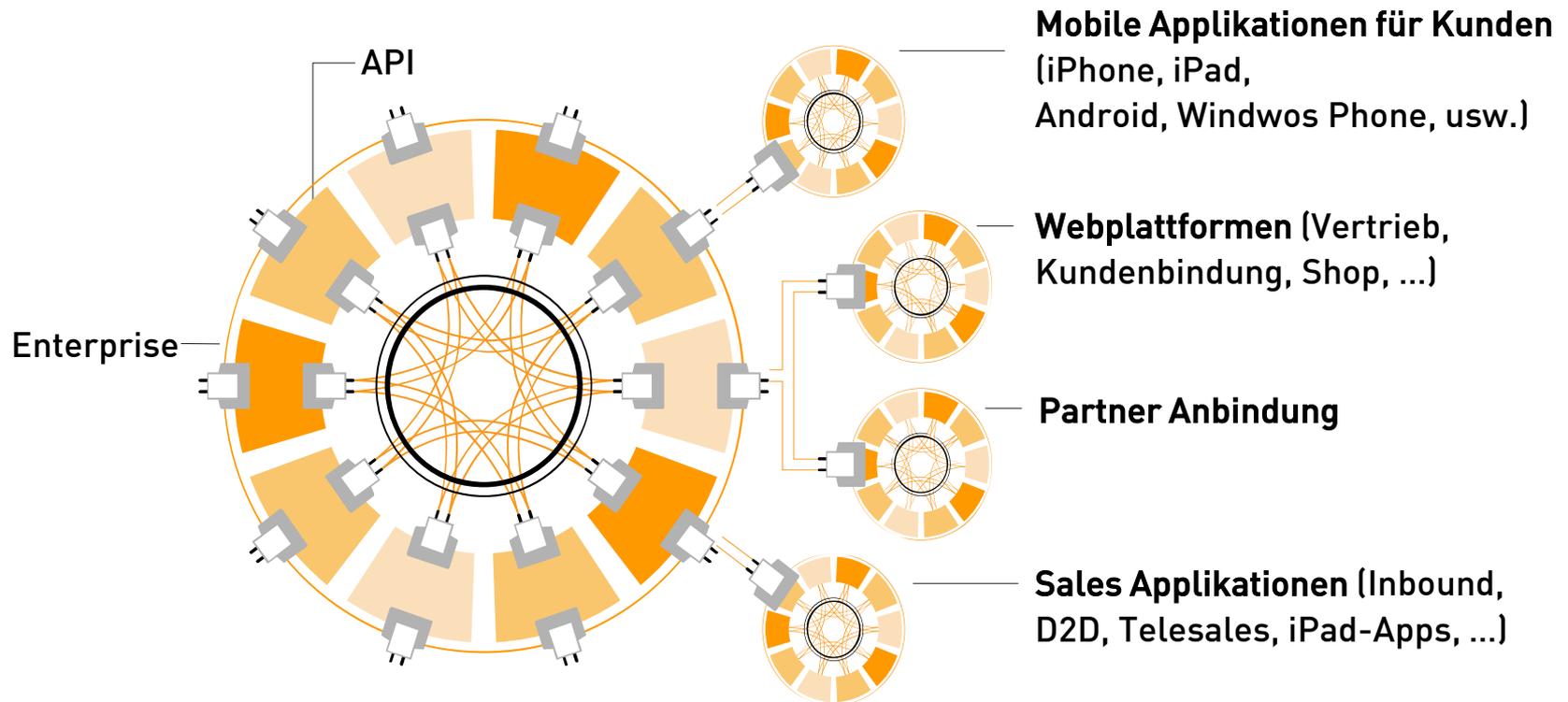


- Welche Fähigkeiten brauchen wir für neue Geschäftsmodelle?
- Sind wir partnerfähig?
- Offen für Rollenveränderung?





Transformation → Rollen.
Zum Beispiel: IT



„IT follows Business“

Erfolgsfaktoren.

Den „neuen Kunden“ verstehen wird wesentlicher Erfolgsfaktor der Energiewirtschaft von morgen.



- „Sense of urgency“ deutlich machen
- TOP Management Unterstützung und „Alignment“ für neue Geschäfte und Innovationen
- Die richtigen Partner finden

- Aus Sicht des Kunden denken und handeln
- Marktwandel nutzen: Innovationen schnell im Markt platzieren
- Effektivität und Effizienz in Massenprozessen

- Technische Kompetenz und energiewirtschaftliches Wissen mit Neuem verbinden
- Das Unternehmen kulturell mitnehmen
- Innovationen im Unternehmen verankern