



ERGEBNISSE ZUM VKU-PROJEKT „TRENDRADAR & ABGELEITETE GESCHÄFTSMODELLE“

Berlin / Virtuell
Juli 2022



MANAGEMENT SUMMARY

- **Ausgangslage und Zielsetzung:**
 - Durchführung eines Folgeprojektes zur EKM-Studie mit dem Ziel der Einführung eines Trendradars sowie Ableitung von ersten Geschäftsmodellen
 - Verbindung der Ausschüsse für Kaufmännisches sowie IT, um Vertriebsthemen und Technologiepotential zu verzahnen
- **Vorgehen und Ergebnistypen:**
 - Beteiligung von zeitweise bis zu 13 Partnerunternehmen mit Trendbewertung sowie Entwicklung von zwei Geschäftsmodellen in insgesamt 6 Workshops / Terminen
 - Einsatz einer Vielzahl von Impulsen und Methoden (insb. Canvas) in hybriden Terminen unter Einsatz von Conceptboard zur zügigen Erreichung von Ergebnissen
- **Trendanalyse und Trendradar:**
 - Bewertung von insg. 55 Trends durch die Partnerunternehmen – davon 34 Trends mit überdurchschnittlicher Relevanz – und Ableitung von zwei Geschäftsmodellen
 - Differenzierte Analysemöglichkeiten in verschiebenden Dimensionen über Power BI Tool – verfügbar für jeden Partner
 - Weiteres Potential für die Identifikation durch Mapping von Trends gegeneinander ist gegeben – Empfehlung für weiteres Vorgehen in 2022/23
- **Geschäftsmodell 1 „Plattform Smarte Quartiere“:**
 - Ansatz einer Kommunikations- & Kooperationsplattform gekoppelt mit einer Energiemanagementplattform als White Label-Lösung für EVU, IT und Kooperationen
 - Ausrichtung der Plattform zur Förderung der Energiewende sowie des regionalen sozialen Zusammenhalts mit regional konfigurierbaren Lösungsangeboten
 - Grundlage bildet ein ausgeprägtes Data Management auf Basis von Sensorik-, Verbrauchs- / Energie- sowie Verhaltensdaten für stetige Quartiersoptimierung
 - Feinkonzeption sollte insbes. Wirtschaftlichkeit, mögliche Realisierungsprojekte und Betreibermodell klären (EVU, IT, Kooperation, Joint Venture...)
- **Geschäftsmodell 2 „Smart Data Activation Services“:**
 - Geschäftsmodell von datenbasierten Dienstleistungen zur Lösung vertrieblicher Use Cases definiert – Big Data, Business Intelligence und Data Science Ansätzen
 - Hohes Potential für positive Ergebnisbeiträge zur Minderung von markt- und kundenseitigem Druck durch eine „intelligenteren Markt-/Kundenbearbeitung“
 - Gemeinschaftliche Datenprojekte unter Nutzung anonymisierter Daten über externe Clearing Stelle kann Massendatenanalytik für Vertriebe ermöglichen
- **Weitere Vorgehensempfehlung für Trendradar, Geschäftsmodelle und Smart Data Activation Netzwerk:**
 - Fortsetzung des Trendradars mit Öffnung für weitere Mitglieder des VKU sowie ggf. weiterer Zielgruppen (Kommunen, WoWi) für 2023
 - Ausarbeitung von Feinkonzepten für die Geschäftsmodelle als fortgesetztes Gemeinschaftsprojekt, Partner Projekt oder Einzelprojekt
 - Initiierung eines Netzwerkes für den Austausch von Smart Data Experten der Partner unter (externer) Moderation in 2022/2023

ZIELE FÜR DEN HEUTIGEN ERGEBNISTERMIN

VKU Trendradar &
Geschäftsmodelle 2022



- Generierung eines gemeinsamen Überblicks zum **Stand und Ablauf des Gemeinschaftsprojektes**
- **Zusammenführung der Ergebnisse** aus dem Gemeinschaftsprojekt zu einem ganzheitlichen Bild
- Diskussion der Ergebnisse im Kontext der **weiteren Verwertbarkeit** bei den beteiligten Partnern
- **Austausch zu Erfahrungswerten** aus der Zusammenarbeit der Partner im hybriden Arbeitsmodell
- Abstimmung möglicher nächster Schritte sowie Wiederholung des **VKU Trendradars für 2023**


Hohe Ergebnisdichte über Kreativ-Methoden mit Dokumentation auf über 150 Seiten ermöglicht heute nur zusammenfassende Betrachtung der Ergebnisse

INHALTE



1

Vorgehensmodell & Methoden

2

Ergebnisse

2.1

Trendradar

2.2

Geschäftsmodell „Smarte Quartiere“

2.3

Geschäftsmodell „Smart Data Activation“

3

Einordnung der Ergebnisse

4

Trendradar 2023 & nächste Schritte

INHALTE



1

Vorgehensmodell & Methoden

2

Ergebnisse

2.1

Trendradar

2.2

Geschäftsmodell „Smarte Quartiere“

2.3

Geschäftsmodell „Smart Data Activation“

3

Einordnung der Ergebnisse

4

Trendradar 2023 & nächste Schritte

PROJEKT-ZIELSETZUNG & Kernaufgaben

Entwicklung eines VKU-Trendradars
sowie abgeleitete Geschäftsmodelle

*„Mit einem **gemeinsamen Projekt vom Ausschuss für Informationsmanagement und Kaufm. Ausschuss** soll im ersten Schritt ein Versuch unternommen werden, **technologiebezogene Abschätzungen** sowie mögliche Entwicklungstrends **digitaler Geschäftsmodelle** im Rahmen einer klimaneutralen Ausrichtung der VKU-Mitgliedsunternehmen **zu identifizieren bzw. zu klassifizieren.***

*Hierauf aufbauend, sollen im zweiten Schritt **Implikationen für bestehende oder auch neue Geschäftsmodelle** abgeleitet sowie organisatorische Anforderungen für die Implementierung oder den Einsatz von bestimmten Technologien definiert werden.“*

- ✓ Entwicklung eines **mehrfähig wiederholbaren Trendradars** für den VKU – zunächst Fokus auf Energiewirtschaft und Technologie
- ✓ Bereitstellung einer standardisierten Methode zur **Erfassung, Einordnung und Priorisierung von relevanten Trends**
- ✓ Ableitung von **realisierbaren Geschäftsmodellen** an der Schnittstelle zwischen fachseitigem und technologischem Trend
- ✓ Exemplarische „high level“ Ausarbeitung von **drei Geschäftsmodellen** mit einheitlicher Methodik zur Vertiefung durch die EVU
- ✓ Entwicklung einer **Dokumentation der Ergebnisse** zur weiteren Verwendung durch die Mitglieder des VKU

Abweichung mit Verdichtung
auf zwei Geschäftsmodelle

DAS VORGEHEN ERFOLGT IN MEHREREN WORKSHOPS – KONKRETE GESCHÄFTSMODELLE WURDEN IN ARBEITSGRUPPEN ERARBEITET



1. Workshop Kickoff

- Zielsetzung des interdisziplinären Folgeprojekts
- Vorstellung und Abstimmung des Vorgehensmodells
- Vermittlung der Trendradar-Methodik
- Abholen des generellen Interesses an der Mitarbeit
- Format: Workshop (GF-Ebene) ca. 1,5h



2. Vorbereitung (Befragung & Analyse)

- Zusammenstellung / Vorauswahl relevanter Marktentwicklungen (NDG)
- Trendeinschätzung durch die teilnehmenden GF via digitaler Vorbefragung
- Analyse und Aufbereitung des Trendradars (NDG)
- Format: indiv. Befragung via MS Forms / ca. 4 Wochen



3. Workshop Validierung Trendradar

- Vorstellung des Ergebnisses (Trendradar VKU 2022)
- Diskussion der einzelnen Trends und deren Einordnung
- Priorisierung der Trends für die Ausarbeitung in Arbeitsgruppen (Phase 4)
- Format: Workshop (GF-Ebene) ca. 3h



4. Arbeitsgruppen Geschäftsmodell/Produkt

- Konstituierung von zwei Arbeitsgruppen (Entsendung von Fachexperten der teilnehmenden Unternehmen)*
- Ausarbeitung eines Geschäftsansatzes für Stadtwerke auf Basis der priorisierten Trends (z.B. Methode BMC)
- Format: Arbeitsphase (mind. ein Workshop je AG) / ca. 8 Wochen



Heutiger
Fokus

5. Workshop Ergebnisse & Next Steps

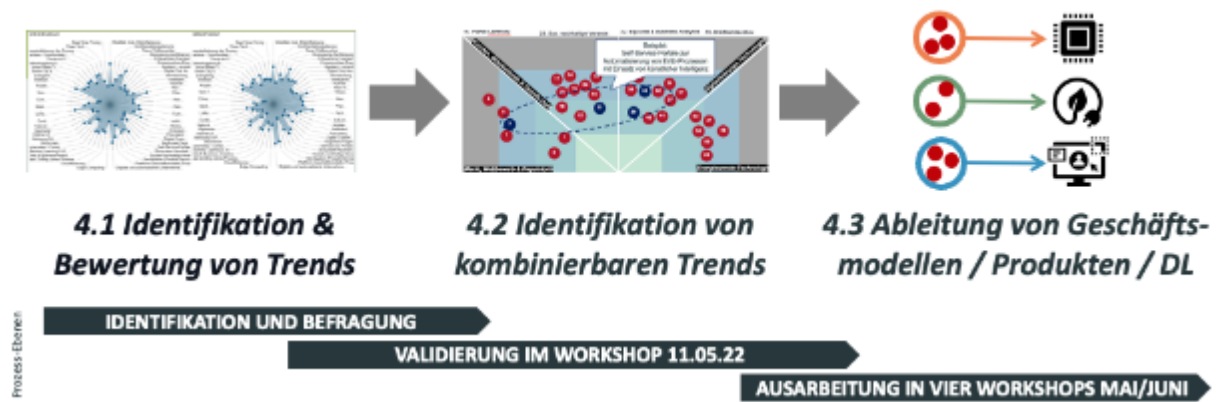
- Präsentation & Diskussion der erarbeiteten Geschäftsmodelle & Produkte
- Definition der nächsten Schritte (begleitete Pilotierung, weitere Aufträge)
- Abstimmung zum weiteren Vorgehen (z.B. jährliche Aktualisierung Trendradar)

EXKURS: ABLEITUNG VON ZWEI GESCHÄFTSMODELLEN AUS TRENDRADAR

Trendradar-Entwicklung



Geschäftsmodell-Ausarbeitung



- Vorgehen in vier Stufen zur Entwicklung des Trendradars
- Festlegung der Reifestufen, Dimensionen sowie der Clusterlogik
- Durchführung der Befragung mit Validierung der 55 festgelegten Trends

- Visualisierung der Ergebnisse über Power BI zur gemeinsamen Validierung
- Identifikation von sinnvollen Trend-Kombinationen zur Clusterung der Geschäftsmodell-Ideen
- Ausarbeitung der priorisierten Geschäftsmodelle auf Basis der Anskizzierung

ENTWICKELTER TRENDRADAR MIT 4 DIMENSIONEN UND REIFEGRADEN

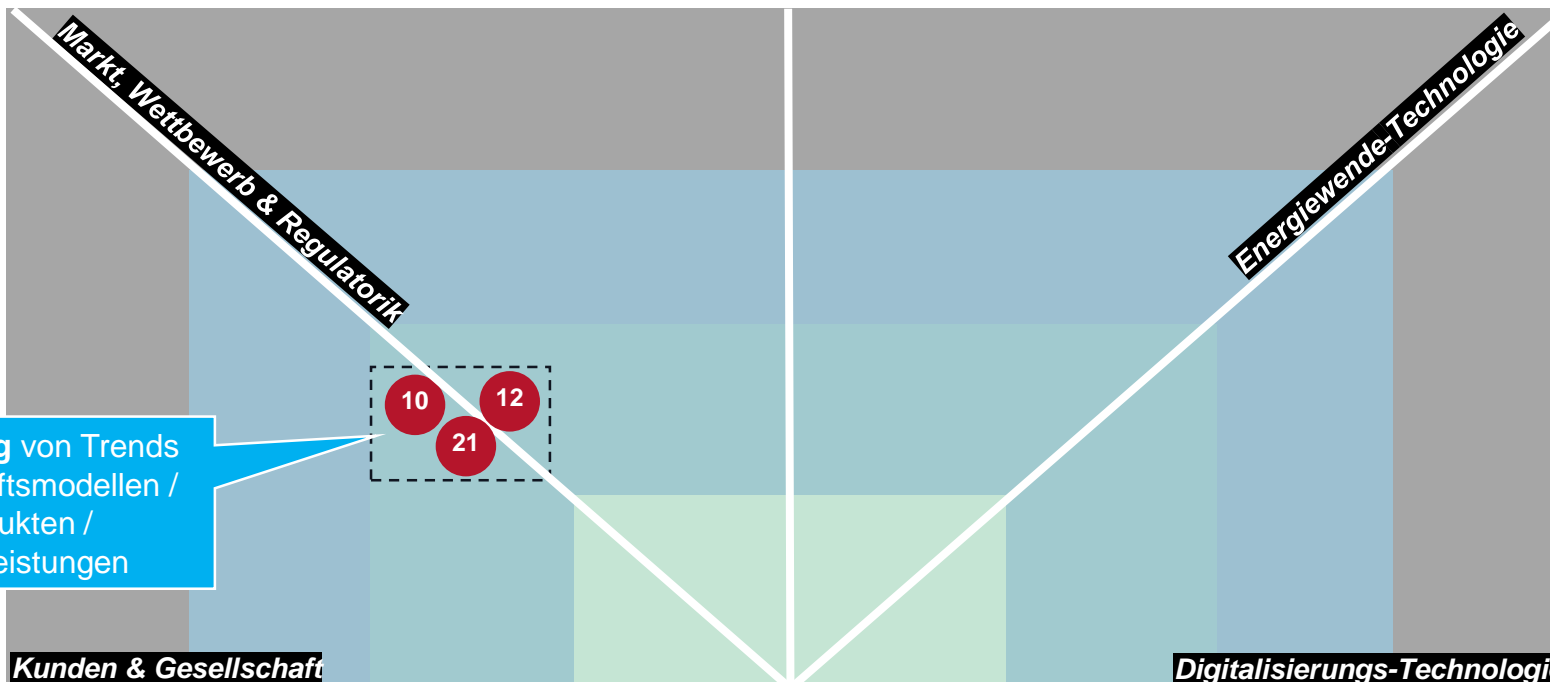
Aufführung der Trends je Dimension (ca. 50 im Projekt)

Markt, Wettbewerb & Regulatorik	13. tbd.	17. tbd.	Energiewende-Technologie	23. tbd.	27. tbd.
	14. tbd.	18. tbd.		24. tbd.	28. tbd.
11. Tbd.	15. tbd.	19. tbd.	21. tbd.	25. tbd.	29. tbd.
12. Tbd.	16. tbd.	20. tbd.	22. tbd.	26. ...	30. ...

Kunden & Gesellschaft

1. tbd.
2. tbd.
3. tbd.
4. tbd.
5. tbd.
6. tbd.
7. tbd.
8. tbd.
9. tbd.
10. ...

Clustering von Trends zu Geschäftsmodellen / Produkten / Dienstleistungen



Digitalisierungs-Technologie

31. tbd.
32. tbd.
33. tbd.
34. tbd.
35. tbd.
36. tbd.
37. tbd.
38. tbd.
39. tbd.
40. ...

Fokus des Projektes

- Innovationen und potenziell disruptive Trends beobachten (5-10 Jahre)
- Innovationen und Trends analysieren und Umsetzung planen (2-5 Jahre)
- Geschäftsmodell, Produkt und / oder Dienstleistung entwickeln (1-2 Jahre)
- Je EVU spezifische Umsetzung von Geschäftsmodellen (<12 Monate)

Einordnung der Trends nach Reifegrad

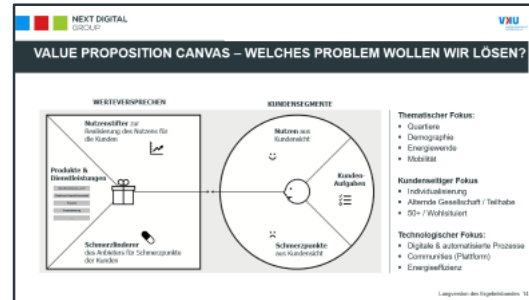
Prämisse: Je Clustering pro Geschäftsmodell mind. zwei Dimensionen

ÜBERFÜHRUNG DES TRENDRADARS IN POWER BI ERMÖGLICHT WEITERE ANALYSEN – NACH DIMENSIONEN, REIFEGRADEN UND JE PARTNER

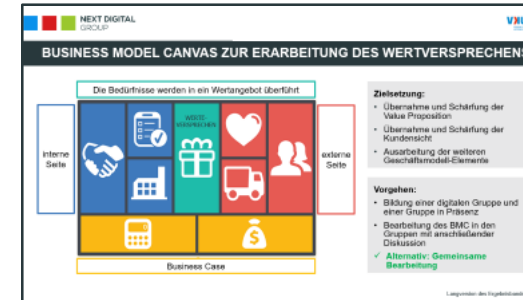


BEARBEITUNG DER GESCHÄFTSMODELLE MITTELS DIVERSENER CANVASE

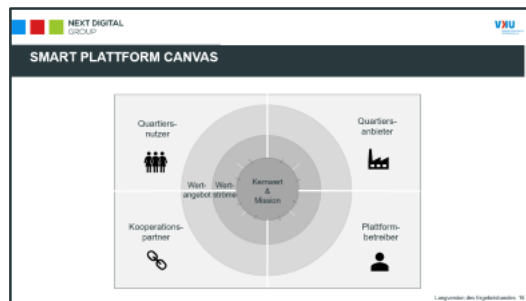
Value Proposition Canvas



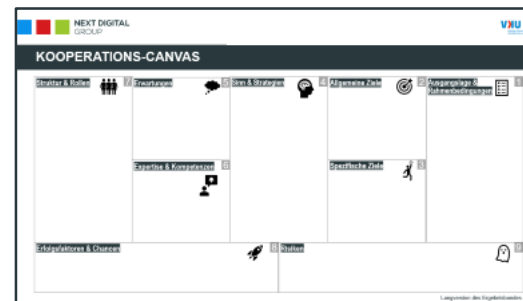
Business Model Canvas



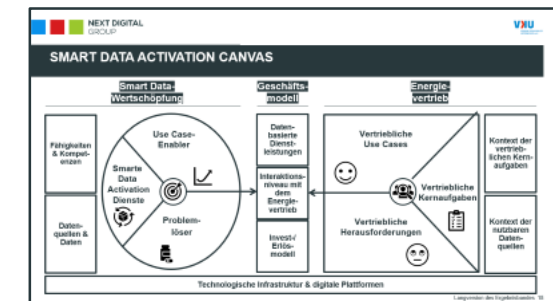
Smart Plattform Canvas



Kooperations-Canvas

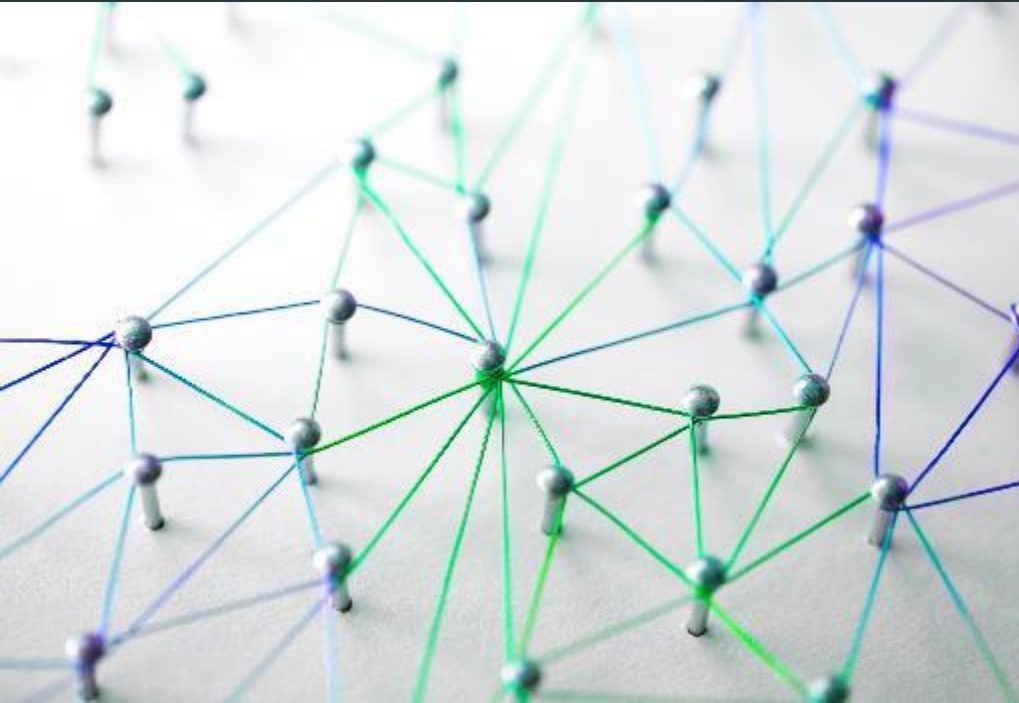


Smart Data Activation Canvas



- Durchführung der Workshops in **hybriden Formaten** mit dem Einsatz des **Conceptboards**
- Canvas-Methoden wurden stets **auf die Anforderungen des Projektes angepasst**
- **Sehr hohe Ergebnisdichte in kurzer Zeit erreicht** – Vertiefung Gesamtergebnisband je Partner empfohlen

ERFAHRUNGSWERTE AUS DER ZUSAMMENARBEIT



- **Solide Bewertung und Einordnung der Trends für das Trendradar** mit zügiger Identifikation von vier Geschäftsmodellen im Validierungsworkshop
- Durchgängige **hohe Beteiligung an Diskussionen und Erarbeitungen** in allen durchgeführten Workshops – wesentlicher Treiber für Ergebnisse
- **Zum Teil wechselnde Teilnehmer**, insbesondere zwischen Geschäftsmodell „Smarte Quartiere“ und „Smart Data Activation“ – dennoch thematische Kopplung
- **Schwankende Anzahl an Partnerunternehmen** je Workshop – insbesondere verursacht durch aktuelle Herausforderungen für EVU
- **Funktionierendes hybrides Format** mit Erarbeitungen im Conceptboard – **wertvolle Gespräche / Netzwerken in Präsenz vor Ort** beim VKU
- Insgesamt **hohe Ergebnisdichte in kurzer Zeit** erreicht – weitere Verwendung der Ergebnisse in der Gruppe oder je Partner erfolgskritisch für Gesamtprojekt
- **Stets positive Stimmung und Offenheit aller Beteiligten** an den Arbeitsterminen mit regen Diskussionen zum Austausch
- **VKU als sehr gute Basis zur Koordination von Gemeinschaftsprojekten** mit breiter Anzahl an Teilnehmenden

INHALTE



1

Vorgehensmodell & Methoden

2

Ergebnisse

2.1

Trendradar

2.2

Geschäftsmodell „Smarte Quartiere“

2.3

Geschäftsmodell „Smart Data Activation“

3

Einordnung der Ergebnisse

4

Trendradar 2023 & nächste Schritte

STATUS QUO DER ERARBEITUNG DES TRENDRADARS UND GESCHÄFTSMODELLE

- Insgesamt gab es **12 (konsolidierte) Rückmeldungen von den beteiligten Projektpartnern**
- Es wurden **55 vorausgewählte Trends** von den Teilnehmenden eingeschätzt und bewertet
- Als **ergänzende Trends** wurden **Energieeffizienz, Dezentralität, Extended Reality, Metaverse** genannt – Nachbewertung im Workshop
- Der **durchschnittliche Reifegrad der Trends** beträgt 2,44 von 4,0 = (Analysieren/Entwickeln)
- Die **durchschnittliche Relevanz** beträgt 1,86 von 3,0 = (Gering/Mittel)



TRENDRADAR | TRENDS MIT ÜBERDURCHSCHNITTLICHER RELEVANZ

ERGEBNIS DER BEFRAGUNG

Markt, Wettbewerb & Regulatorik

- 1. Mobilität, insb. Elektrifizierung
- 3. Neue Wettbewerber
- 5. Erneuerbare Energien
- 6. Emissionsfreie Energieträger
- 7. Resilienz / Autarkie von Energieversorgung
- 8. Digital Only Ansatz

Kunde, Mitarbeitende & Gesellschaft

- 12. New Work / Arbeit 4.0
- 13. Wissenskultur
- 14. Alternde Gesellschaft
- 15. Planet Centricity

- 16. Fachkräftemangel
- 17. Individualisierung
- 18. Mobile-Workforce-Mgmt.
- 23. Self-Service-Portale
- 24. Ökosystem Haushalt
- 25. Soz. nachhaltige Verantw.

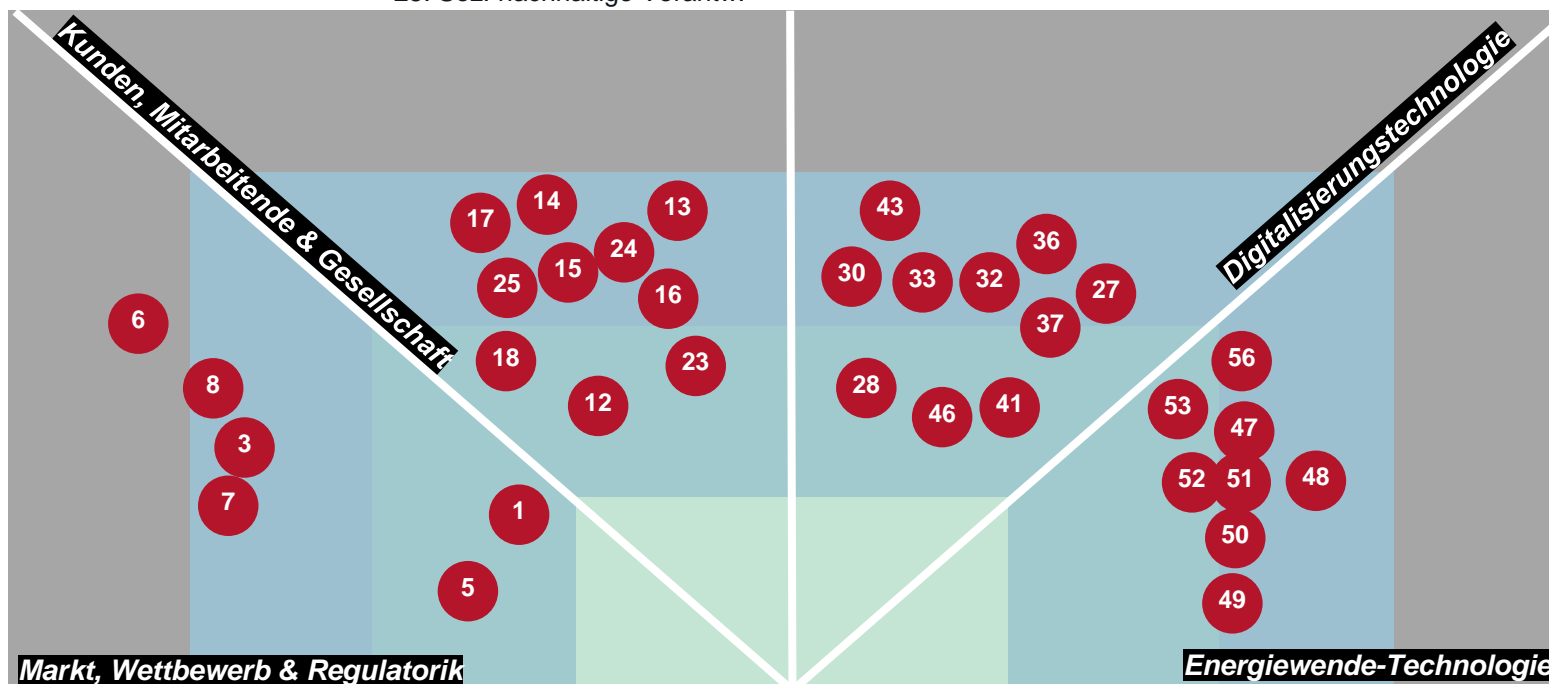
Digitalisierungs-technologie

- 27. Plattform-Geschäftsmodelle
- 28. Dig. & autom. Prozesse
- 30. Cloudifizierung
- 32. Big Data & Business Analytics

- 33. Machine Learning & KI
- 36. SAP R/3 zu S/4 HANA
- 37. Internet of Things (IoT)
- 41. LoRaWAN
- 43. Dig. Custom. Exp.
- 46. Breitbandausbau

Energiewende-Technologie

- 47. Energiemgmt. / CO2-Neutralität
- 48. Smart City & Urban Data Plattf.
- 49. Smart Meter
- 50. Sektorkopplung & Dekarbon.
- 51. Power-to-X
- 52. Quartiere / Communities
- 53. Dezentralisierung der Erzeug.
- 56. Energieeffizienz



- Fokus des Projektes
- Innovationen und potenziell disruptive Trends beobachten (5-10 Jahre)
 - Innovationen und Trends analysieren und Umsetzung planen (2-5 Jahre)
 - Geschäftsmodell, Produkt und / oder Dienstleistung entwickeln (1-2 Jahre)
 - Je EVU spezifische Umsetzung von Geschäftsmodellen (<12 Monate)

Nummerierung der Trends entspricht der Befragung abzgl. der nicht relevanten Trends.

TRENDSPEICHER | TRENDS MIT UNTERDURCHSCHNITTLICHER RELEVANZ

Markt, Wettbewerb & Regulatorik

- 2. Großhandelsregulierung
- 4. Ökologische Zertifizierungen
- 9. Vermischung von Marktrollen
- 10. Intelligente Heimsteuerung

Kunden, Mitarbeitende & Gesellschaft

- 11. Hybride Lernmodelle
- 19. Ambidextrie
- 20. Polyvalenz
- 21. Dig. Customer Centricity
- 22. Reg. Flagship-Stores
- 26. Servitization
- 59. Metaverse

Digitalisierungs-technologie

- 29. Edge-Computing
- 31. Dig. Zwilling
- 34. Kubernetes & Container-Techn.
- 35. Blockchain
- 38. Algotrader
- 39. Nat. Lang. Proc.
- 40. Continuous Intellig.
- 42. Marketing Autom.
- 44. NFT
- 45. Kryptowährungen
- 58. Extended Reality

Energiewende-Technologie

- 54. Clean Tech
- 55. Real Time Pricing

De-Priorisierte Trends bleiben weiterhin im „Set“ für mögliche zukünftige Trendanalysen für ein Trendradar 2022ff.

WEITERE GESCHÄFTSMODELLE / PRODUKTE IM PROZESS ERFASST

GESCHÄFTSMODELLE

- Behind the Meter Services
- Breitband
- City Solution Provider
- CO2 neutrale Mobilität
- Commodity 2030
- Erstellung von Quartierskonzepten, Quartiersmanagement
- Full Service Provider
- Realisierung urbaner Energielösungen
- Re-Powering / Ertüchtigungs- und Abbauservices
- Smart City Solutions
- Virtuelles Kraftwerk
- Warmes Haus (ENBW)
- Wohnungsmarkt-Kooperationen
- ...

PRODUKT & DIENSTLEISTUNGEN I

- Batteriespeicher Sicherheit
- Beratung zu Mobilitätslösungen (Bspw. Ladestrom beim Kauf eines E-Autos)
- Car Sharing
- Dynamische Tarife
- EEG, PV, Speicher
- E-Mobilität Infrastruktur
- Energieberatung
- Energiemanagement (nicht nur für Wohnungswirtschaft - WoWi)
- Erstellung von Klimaschutzkonzepten
- Erweitertes Contracting
- Förderprogramme
- Gas für den Energieträgerwechsel
- Gebäudeautomation und Smart Homes
- Gebäudeeffizienz
- Grüne Wärme
- Grüner ÖPNV, E- oder H2-Busse
- Kombiprodukte
- Kraft-Wärme- Kopplungsanlagen
- Ladestrom
- Mieterstrom (und Reststrom)
- Mini-Blockheizkraftwerke
- Multimedia und Entertainment
- Nachhaltige Wärme
- ...

PRODUKT & DIENSTLEISTUNGEN II

- Ökogas
- Ökostrom
- Planung, Errichtung und ggf. Betrieb von EE-Stromerzeugungsanlagen für Gewerbe, WoWi, Kommunen, Privatleute
- Planung, Errichtung und ggf. Betrieb von modernen Heizungsanlagen für Gewerbe, WoWi, Kommunen, Privatleute
- „Prosumer“- Tarife u. -Services (PV2V, V2G, P2P)
- Reststrom für Prosumer
- Sanierung von Gebäuden
- Sanierungsfahrplan, Energieausweis
- Selbstregulierende Straßenbeleuchtung
- Smart Living
- Smart Metering
- Stromspeicherdienstleistungen
- Submetering
- Übergreifende Mobilitätslösungen
- Verkehrskonzepterstellung
- Verkehrssteuerung
- Versicherung
- Virtuelle (Netz-)Speicher
- Wärmepumpenstrom
- Wettbewerblicher Messstellenbetrieb
- ...

ZUSAMMENFASSUNG ZUM ERGEBNISTYP „TRENDRADAR“

- In vier **Dimensionen und Reifegraden** strukturiertes und **standardisiertes Trendradar** mit Mix aus fachlichen und technologischen Trends
- Insgesamt **55 bewertete Trends** nach Relevanz und Reifegrad mit differenzierter **Auswertbarkeit via PowerBI** in multiplen Dimensionen und je Partner
- Auswahl von ursprünglich vier Geschäftsmodellen mit späterer **Verdichtung auf „Smarte Quartiere“** sowie **„Smarte Data Activation“** sowie deren Kopplung
- Ergänzung der Ausgangslage um ein **Grundverständnis zur Entwicklung von EVU** im kundenseitigen, gesellschaftlichen und technologischen Kontext
- **Energiewende und Markt, Wettbewerb & Regulatorik** sind die **Haupttreiber** für die **Relevanz** von Trends
- **Hohe Reifegrade bei Technologie-Trends** zur Energiewende und Digitalisierung bewertet – marktseitige und regulatorische Reifegrade mit geringeren Bewertung
- **Zahlreiche weitere Geschäftsmodelle potentiell identifizierbar** durch Mapping aller Trends – Verknüpfung mit Trendmgmt. / Strategie der Partner möglich



INHALTE



1

Vorgehensmodell & Methoden

2

Ergebnisse

2.1

Trendradar

2.2

Geschäftsmodell „Smarte Quartiere“

2.3

Geschäftsmodell „Smart Data Activation“

3

Einordnung der Ergebnisse

4

Trendradar 2023 & nächste Schritte

TRENDRADAR | GESCHÄFTSMODELL SMARTE QUARTIERE

ERGEBNIS DER BEFRAGUNG

Markt, Wettbewerb & Regulatorik

- 1. Mobilität, insb. Elektrifizierung
- 3. Neue Wettbewerber
- 5. Erneuerbare Energien
- 6. Emissionsfreie Energieträger
- 7. Resilienz / Autarkie von Energieversorgung
- 8. Digital Only Ansatz

Kunde, Mitarbeitende & Gesellschaft

- 12. New Work / Arbeit 4.0
- 13. Wissenskultur
- 14. Alternde Gesellschaft
- 15. Planet Centricity

- 16. Fachkräftemangel
- 17. Individualisierung
- 18. Mobile-Workforce-Mgmt.
- 23. Self-Service-Portale
- 24. Ökosystem Haushalt
- 25. Soz. nachhaltige Verantw.

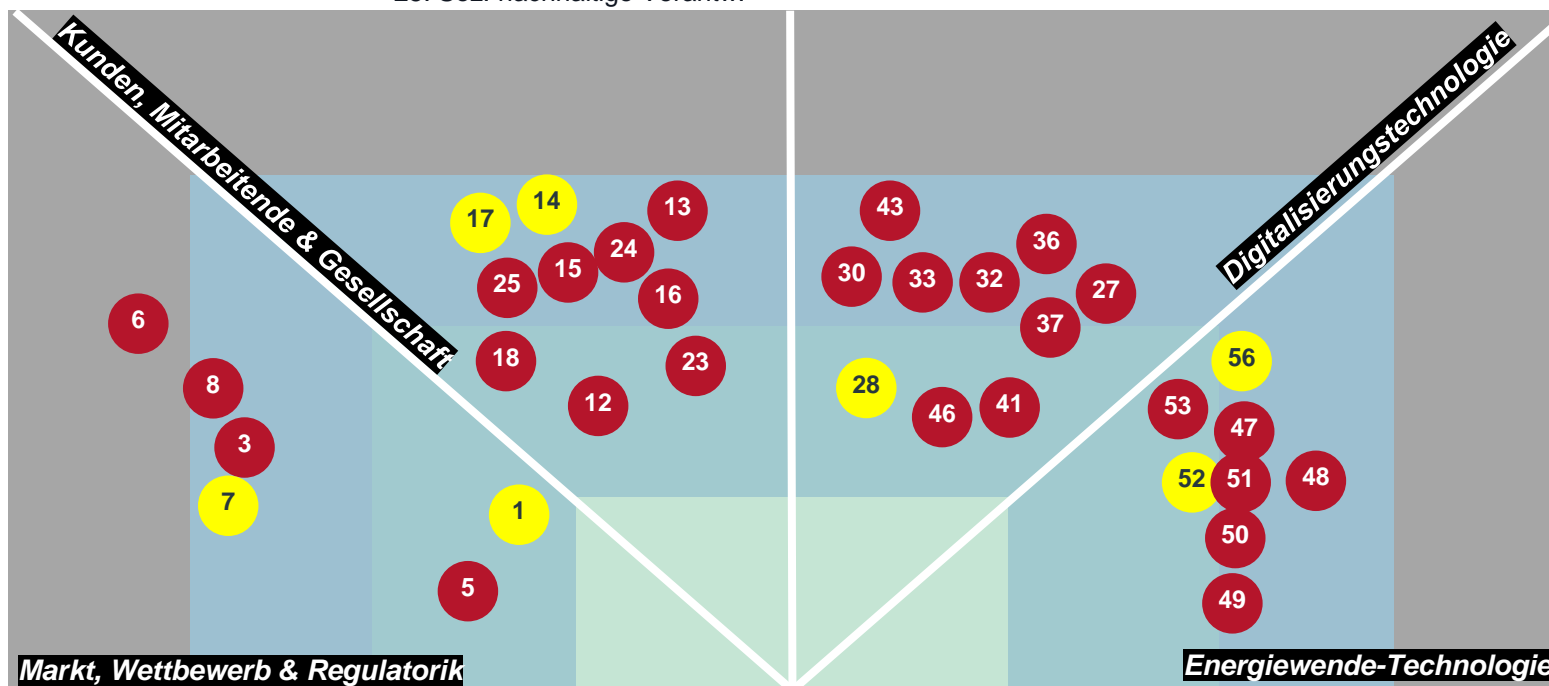
Digitalisierungs-technologie

- 27. Plattform-Geschäftsmodelle
- 28. Dig. & autom. Prozesse
- 30. Cloudifizierung
- 32. Big Data & Business Analytics

- 33. Machine Learning & KI
- 36. SAP R/3 zu S/4 HANA
- 37. Internet of Things (IoT)
- 41. LoRaWAN
- 43. Dig. Custom. Exp.
- 46. Breitbandausbau

Energiewende-Technologie

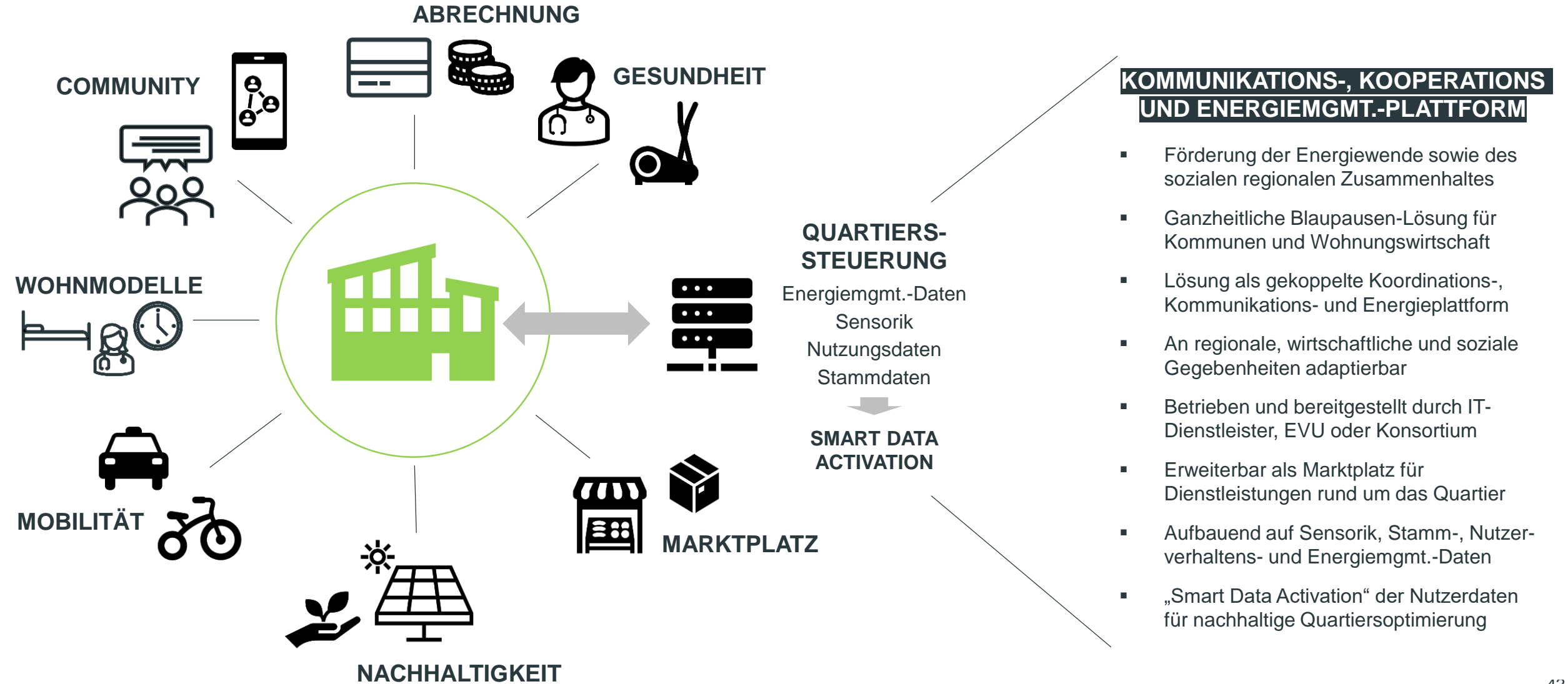
- 47. Energiemgmt. / CO2-Neutralität
- 48. Smart City & Urban Data Plattf.
- 49. Smart Meter
- 50. Sektorkopplung & Dekarbon.
- 51. Power-to-X
- 52. Quartiere / Communities
- 53. Dezentralisierung der Erzeug.
- 56. Energieeffizienz



- Fokus des Projektes
- Innovationen und potenziell disruptive Trends beobachten (5-10 Jahre)
 - Innovationen und Trends analysieren und Umsetzung planen (2-5 Jahre)
 - Geschäftsmodell, Produkt und / oder Dienstleistung entwickeln (1-2 Jahre)
 - Je EVU spezifische Umsetzung von Geschäftsmodellen (<12 Monate)

- Gelbe Markierung umfasst die Trends, die für dieses Geschäftsmodell berücksichtigt werden.
- Nummerierung der Trends entspricht der Befragung abzgl. der nicht relevanten Trends im Trendspeicher.

GESAMTSICHT „SMARTES QUARTIER“



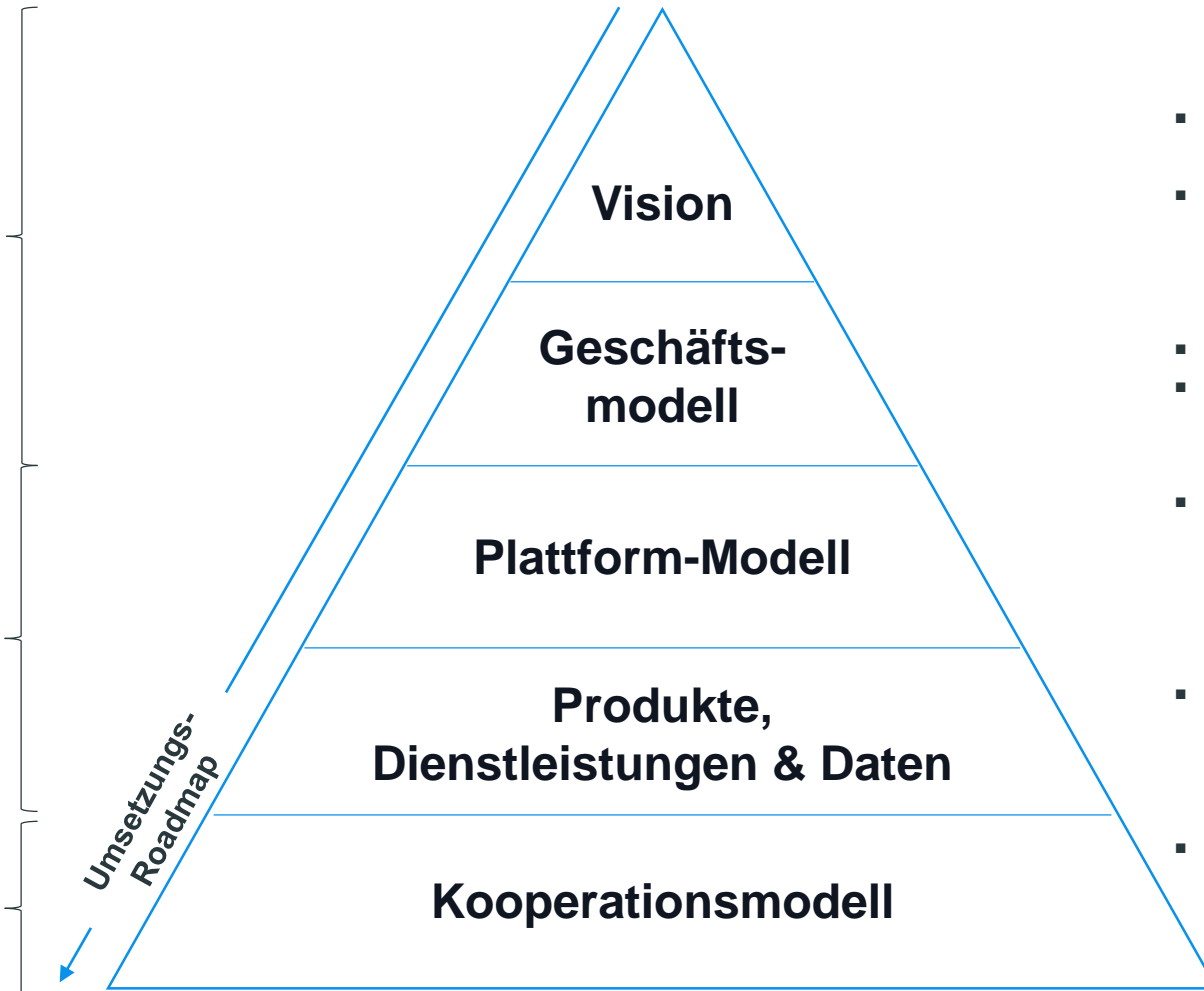
ERARBEITUNG DES GESCHÄFTSMODELLS „SMARTE QUARTIERE“

Ablauf

1. Workshop
„Geschäftsmodell
Smarte Quartiere“

2. Workshop
„Plattform, Lösungen
& Daten“

3. Workshop
„Kooperationen
& Realisierung“



Beschreibungen

- Generierung eines Grundverständnisses
- Entwicklung eines Zielbildes

- Definition eines Wertangebotes
- Skizzierung eines Geschäftsmodells

- Beschreibung einer integrierten (techn.) Quartiersplattform für Kommunikation, Kooperation und Energieeffizienz

- Mapping von Produkten und Dienstleistungen nach Nutzgruppen mit Datenmodell

- Beschreibung von Umsetzungsmodellen als Partner und in Kooperationen

Methodiken

- Ideen-Steckbrief
- Value Proposition Canvas

- Business Model Canvas

- Smart Plattform Canvas

- Zielgruppen-/Bedürfnis-Map

- Kooperations-Canvas
- Roadmap

BESTEHENDE LÖSUNGEN OFTMALS MIT EINDIMENSIONALEM FOKUS

Morgenstadt: Smart City Kontext auf Basis einer datenbasierten Plattform

INNOVATION AREAS DER MORGENSTADT-INITIATIVE

- Urban data platform**
Transparency and participation through the use of city-specific data.
- Intermodal urban mobility systems**
Spatial integration of various mobility solutions and services at an urban hub.
- Hybrid energy systems**
Hybrid energy systems represent the efficient solution to energy generation through a variety of renewable combinations.
- Connected public spaces**
The development of intelligent technology creates innovative possibilities for the residents.
- Urban governance & planning**
We support cities in the process of digital transformation in the smart urban environment to a sustainable and smart city.
- Digital Business & services innovation**
Industry 4.0 provides businesses and cities with the opportunity to offer new products and complementary near-time services.
- Smart and integrated water systems**
Intelligent water supply systems to ensure a smart and sustainable water supply in cities and regions.
- Smart City Financing**
Fraunhofer IAO is actively researching how cities can ensure a sustainable financing of their transformation into a smart city.

Quelle: Morgenstadt (Fraunhofer) | Lizenzierung des Ergebnisbandes: 25

Dienstleistungsplattform der Morgenstadt

Diagramm zur Darstellung der Dienstleistungsplattform der Morgenstadt, das die Integration von Smart Urban Services in bestehende Infrastrukturen zeigt.

Quelle: Morgenstadt (Fraunhofer) | Lizenzierung des Ergebnisbandes: 25

Kofabrik: Soziales Quartier

BEISPIEL „KOFABRIK BOCHUM“

- Gewinner des Polis Award für Soziale Quartiersentwicklung in 2022
- Verwendung eines denkmalgeschützten Verwaltungsgebäudes der ehemaligen Eisenhütte in Bochum mit 2000 qm umliegender Fläche
- Ziel einer Begegnungsalte für Nachbarn, Projektmitwirkenden, Engagierten und Gewerbetreibende zur Förderung des Gemeinwohls für ca. 4.000 Menschen
- Koordination des Viertels durch einen gemeinnützigen Verein, welcher Projekte betreut
- Kein besonderer technologischer Bezug ausgewiesen
- Bereitgestellte Angebote:
 - Pionierhaus mit Coworkingflächen sowie Theater- und Veranstaltungsraum
 - Quartiershalle mit großer Fläche zur variablen Nutzung (Büro, Seminare, ...)
 - Café Stüh33 als Begegnungsorte und Veranstaltungsraum
 - Imbuschplatz als Freiraum im Freien für Begegnungen

Lizenzierung des Ergebnisbandes: 26

Paderborn: Bürgerbeteiligung

BEISPIEL „ZUKUNFTS-QUARTIER PADERBORN“

- Entwicklung eines Stadtquartiers der Zukunft mit Beteiligung von 500 Bürgerinnen und Bürgern und weiteren digitalen Beteiligungsformaten
- Erarbeitung in den Themenkomplexen Gebäudetypen, soziale und kulturelle Angebote, Versorgungseinrichtungen, Mobilität, Flächennutzung
- Mögliche und geplante Angebote (Masterplan ausstehend):
 - Gemeinchaftliche Flächen und Nutzungen (Vierkaltungen, Beate, Sport)
 - Beschäftbare Wohnraum
 - Büro für Bürgerinnen und Bürger
 - Hospiz-Häuser und Nachbarschaftshilfe
 - Schulen und Kindergärten
 - Mobilitätslösungen

Lizenzierung des Ergebnisbandes: 25

Animus App: Quartierskommunikation

BEISPIEL „ANIMUS APP“

Die digitale Seele Ihrer Immobilie.

- Digitale Lösung zur Projektentwicklung sowie Wohnen & Verwalten von Quartieren
- Einbindung von Partnern in einem digitalen Ökosystem (ERP-Anbieter, Serviceanbieter, Verwaltungen, Verbände, Hochschulen, technische Partner)
- Realisierung eines digitalen Plattform-Gedankens mit Vernetzung sämtlicher Akteure eines Quartiers
- Bereitgestellte Angebote:
 - Digitale Kommunikationswege, Informationsflüsse sowie Abläufe für Wohnraumverwaltung mit digitaler Interaktion mit Mieterinnen und Mietern
 - Paket an Funktionen und Services für ein besonderes Mieterlebnis im Rahmen der Projektentwicklung von zukunftsfähigen Quartieren (ESG-Konform)
 - Bereitstellung von Partner-Services über die Plattform, u.a. Herkol (Waschen), Jobcenter, Lebensmittelportal, Paketempfangstation

Lizenzierung des Ergebnisbandes: 26

Jena-Lobeda: Smart Home & Service

BEISPIEL „SMARTES QUARTIER JENA-LOBEDA“

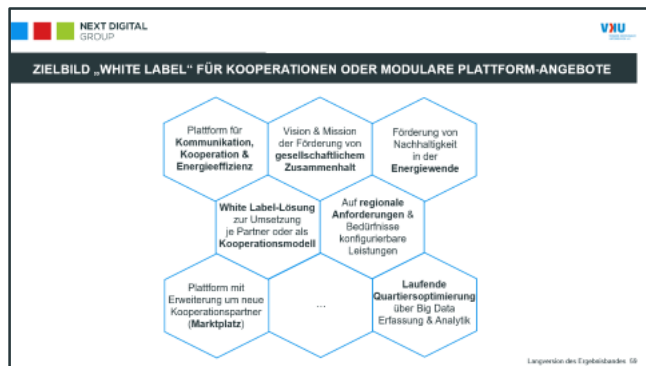
- Gewinner des Smart Home Award 2022
- Initiative verschiedener Stadtwerke-Unternehmen sowie Kooperationspartner
- Fertigstellung von 270 Wohnungen in 2023 – davon ca. 50% Mietpreisgebunden
- Schaffung eines komfortablen Lebens für Kunden und Mieter als Ziel
- „Smartes Wohnen für Jedermann“ im Neubau und Wohnungsbestand
- Virtueller 360° Wohnungsrundgang unter www.smarties-quartier.de
- Bereitgestellte Angebote:
 - All Inclusive Wohnen (volle Wohnraumausstattung)
 - Serviced Apartments (militärisches Wohnen auf Zeit)
 - Mobilitätsdienst mit Sharing (Auto, Fahrrad, E-Scooter) und ÖPNV, perspektivisch E-Ladestationen
 - Logistikdienste, u.a. Apotheken-Bohlandienst via App und e-Rezept sowie Paketempfangboxen
 - Gemeinschaftsräume
 - Angebote zur Gesundheitsförderung (Sport, Ernährung) und Teilhabe mit Telemedizinraum / Videosprechstunde (zusammen mit AOK Plus)
 - Ausstattung mit Smart Home Komponenten (Licht, Steckdosen und Heizung, Videoklingel sowie Daten (Wetter, Luftfeuchtigkeit)) via App / Tablet
 - Smarte Steuerung des Waschraums per App mit Payment Solutions

Lizenzierung des Ergebnisbandes: 27

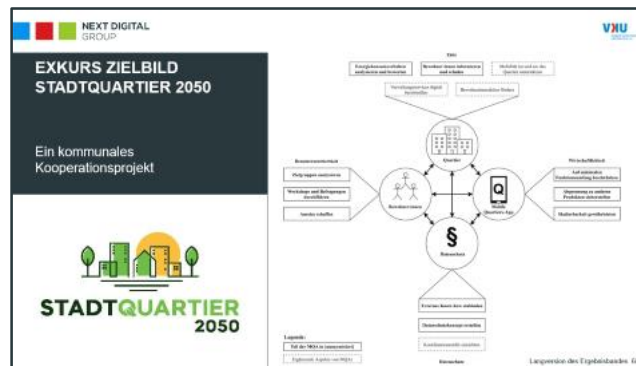
- Namhafte Quartierslösungen oftmals mit Ausrichtung auf eine konkrete Problemstellung (Soziales, Nachhaltigkeit, ...)
- Technologisches Potential wird nur in wenigen Quartierslösungen fokussiert und realisiert
- Smarte Quartiere sollten ein ambitioniertes „Zielbild in Zeit“ besitzen und sich sukzessiv ausprägen

ZIELBILD FÜR GESCHÄFTSMODELL BASIERT AUF SECHS „IMPULSEN“

White Label Lösung



Visionäres Quartier Stuttgart



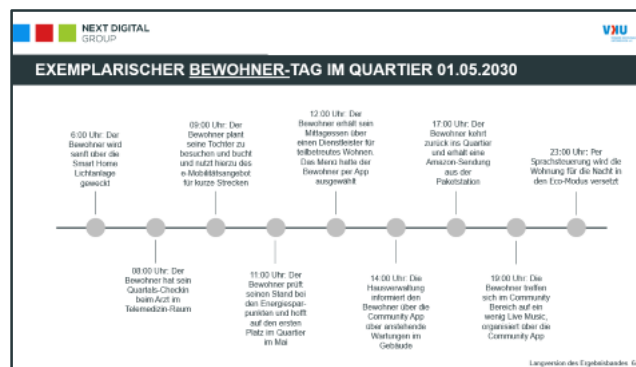
Ambitioniertes Großprojekt Tegel



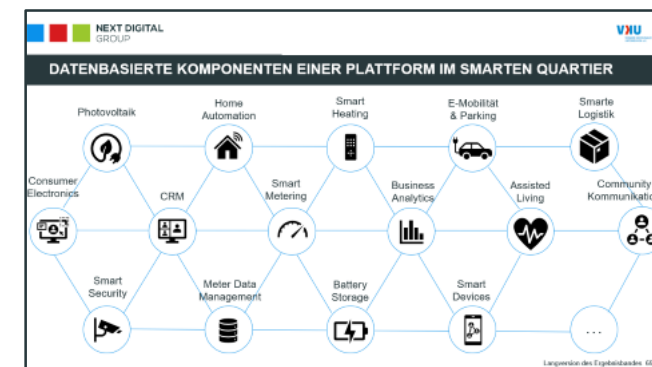
Identifizierte Handlungsfelder



Customer & Technology Journeys



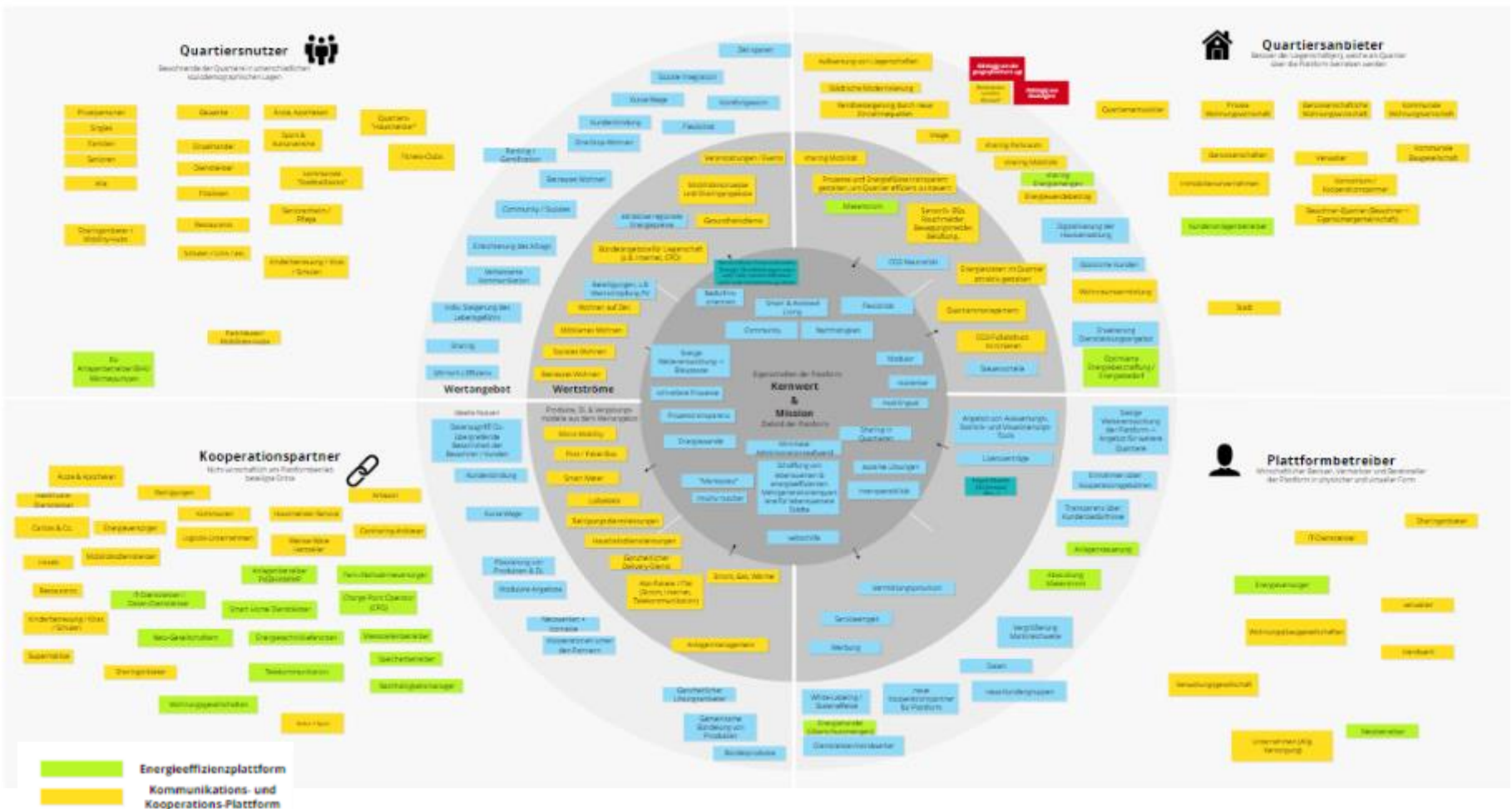
Sensorik und Data Übersicht



- Ziel ist eine Plattform zur Steuerung eines smarten Quartiers auf Basis von Sensorik und Daten der Nutzer und Services
- Das Smarte Quartier soll soziale Interessen der Kommunen und sowie die Energiewende fördern (gesellschaftlicher Beitrag)
- Die Plattform dient den Nutzern des Quartiers, wird bezogen von Kommunen und WoWi und integriert Partner (Marktplatz)

SMART PLATTFORM CANVAS FÜR DAS PLATTFORM-GESCHÄFTSMODELL „SMARTES QUARTIER“

Detaillierte Ansicht im Conceptboard



Anmerkungen zur Methodik:

- Differenzierung zwischen Nutzern, Anbietern, Betreibern und Partnern
- Darstellung der jeweiligen Wert- und Angebotsströme
- Beschreibung von Nutzen und konkreten Services
- Definition von potentiellen Akteuren in allen Feldern
- Festlegung eines zentralen Kernwertes und einer Mission

Anmerkungen zum Geschäftsmodell:

- Angebot vorrangig an Kommunen und Wohnungswirtschaft
- Nutzerfokus auf Mieter und Gewerbe
- Kooperationspartner aus Logistik, Medizin, Versorgung und IT/Techn.
- Betreibermodell mit zahlreichen Optionen – Kooperation empfohlen
- Finanzielles Modell vor allem über Lizenz- und Partnergebühren

ZIELBILD EINES GEMEINSAMEN ZUSAMMENSCHLUSSES

Verständnis von Kooperationen

KOOPERATIONEN & GEMEINSAME ZUSAMMENARBEIT

„Zusammenkunft ist ein Anfang. Zusammenhalt ist ein Fortschritt. Zusammenarbeit ist der Erfolg.“
- Henry Ford -

Zweckgerichtetes Zusammenwirken
Tatsächliches Zusammenkommen
Substantielle Partner

Langversion des Ergebnisbildes 78

Erfolgsfaktoren

ERFOLGSFAKTOREN FÜR KOOPERATIONEN

Transparente Kommunikation
Präzises Kooperationsziel
Gemeinsames Profitieren
Klare Erwartungshaltung
Faire Verteilung aller Aspekte
Klare Projektregeln
Gleiches Engagement
Gegenseitiges Vertrauen
Commitment zur Zusammenarbeit
Kosten- und Ergebnisverteilung

Langversion des Ergebnisbildes 86

Kooperationsmodelle

KOOPERATIONSMODELLE

Projektkooperation Zeitlich befristetes Projekt mit flexibler Ausgestaltung	Lose Kooperation Keine schriftlichen Vereinbarungen durch flexible Ausgestaltung	F&E Partnerschaft Aufgabenstellung mit klarem Ziel mit Forschungsrichtungen	Vertragskooperation Umfängliches Vertragswerk mit langfristiger Ausrichtung	Zuliefererbeziehung Lieferung von Leistungskomponenten zur Dienstleistung
Konventionelles Kundenverhältnis Zusammenarbeit zwischen Kunden & Lieferanten	Vertriebspartnerschaft Aufnahme von Produkten ins Sortiment zum Vertrieben	Gemeinschaftsunternehmen Vertraglich festgelegte Anteile zum gemeinsamen Tragen	Beteiligung Vielfältige Gestaltungspräferenzen durch mehr Kapital	Integration Übernahme von Unternehmen & Englobierung

Langversion des Ergebnisbildes 81

Verpflechtungsgrad Kooperationen

KOOPERATIONSMODELLE NACH GRAD DER VERFLECHTUNG & ZEIT

Verflechtungsintensität

Zeithorizont / Dauer der Kooperation

Langversion des Ergebnisbildes 82

Wertbeiträge der Partner

KOMPETENZEN & WERTBEITRÄGE DER PARTNER

Austausch & Diskussion

- Wann ist eine Kooperation für Sie attraktiv?
- Welche Rahmenbedingungen sind für Sie von Relevanz?
- Haben Sie Experten bei sich im Haus?
- Welche Referenzwerte bringen Sie mit?
- Welche Kompetenzen können Sie einbringen?
- Welche Rolle können Sie sich vorstellen?

Langversion des Ergebnisbildes 83

Checkliste für Kooperationen

CHECKLISTE KOOPERATIONS-MÖGLICHKEITEN

Erste Ansätze & Ideen

- ✓ Festlegung der **Vertragspartner & Ansprechpartner**
- ✓ Festlegung der **Organisationsform**
- ✓ Einigung auf ein gemeinsames **Kooperationsverständnis**
- ✓ Definition der **Ziele & Zielgruppen** des Projektes
- ✓ Definition des **Umfangs & der Dauer** der Kooperation
- ✓ Definition von **Rechten & Pflichten** der Partner
- ✓ Vereinbarung von **internen Kommunikationsroutinen**
- ✓ Aufteilung der **Prozesse, Aufgaben, Rollen & Maßnahmenplan**
- ✓ Definition von **Schnittstellen & Entscheidungsprozessen**
- ✓ Festlegung der **Finanzströme**
- ✓ Erarbeitung **Business Case & Wirtschaftlichkeit**
- ✓ Evaluation möglicher **Risiken, Haftung & Gewährleistung**
- ✓ Definition eines gemeinsamen **Handlungsrahmens**
- ✓ Festlegung des **externen Kommunikationsflusses**

Langversion des Ergebnisbildes 84

- Der größte Erfolgsfaktor der Plattform liegt in dem Zusammenschluss verschiedener Partner als mögliches Konsortium
- Ziel ist das gemeinsame Profitieren von Synergien der einzelnen Akteure durch Bündelung der Kompetenzen
- Förderung einer interkommunalen, regionalen und bürgernahen Zusammenarbeit durch Integration und Teilhabe

ERKENNTNISSE ZUM GESCHÄFTSMODELL „SMARTE QUARTIERE“



Vision / Zielbild:

- **Zielbild** eines räumlich zusammenhängenden Areals, in dem alle energetischen Vorgänge gesamtheitlich betrachtet werden
- Förderung von interkommunaler, regionaler und bürgernaher Zusammenarbeit durch **Integration** und Teilhabe aller
- **Aufwertung** von **Liegenschaften** sowie städtische **Modernisierung** durch die Schaffung von bedürfnisorientierten Mehrgenerationenquartieren
- **Angebote** umfassen u.a. Strom, Wärme, Mobilität, Sicherheit, Telekommunikation und Informationsdienste – individuell und modular in einer **Marktplatzlogik**
- Ermöglichung von energieeffizienter und durchgängiger (Micro-) **Mobilität** durch gezielte Sharing-Angebote

Lösungsansatz:

- Schaffung einer **Kommunikations- und Kooperationsplattform** mit dem Gedanken einer ganzheitlichen Community-Entwicklung
- Entwicklung einer **adaptierbaren Blaupause** mit der Möglichkeit zur Erprobung verschiedener Innovationen
- Angestrebte **Bündelung** von Kompetenzen durch **Kooperationsmodelle**, um Synergien, Skaleneffekte und Technologiefortschritte zu nutzen
- Gewährleistung von Sicherheit, Versorgung, Full-Service-Möglichkeiten und Flexibilität mit der **Bündelung** von **Produkten** und **Dienstleistungen**
- **Daten** werden importiert, integriert, verarbeitet und wiederverwendet für eine **intelligente Vernetzung** und Steuerung
- Intelligente und gemeinsame Nutzung der gewonnenen Daten zur langfristigen **Kundenbindung** und individuellen Ansprache durch Cross- und Upselling

INHALTE



1

Vorgehensmodell & Methoden

2

Ergebnisse

2.1

Trendradar

2.2

Geschäftsmodell „Smarte Quartiere“

2.3

Geschäftsmodell „Smart Data Activation“

3

Einordnung der Ergebnisse

4

Trendradar 2023 & nächste Schritte

TRENDRADAR | GESCHÄFTSMODELL SMART DATA ACTIVATION

ERGEBNIS DER BEFRAGUNG

- Kunde, Mitarbeitende & Gesellschaft**
- 12. New Work / Arbeit 4.0
 - 13. Wissenskultur
 - 14. Alternde Gesellschaft
 - 15. Planet Centricity

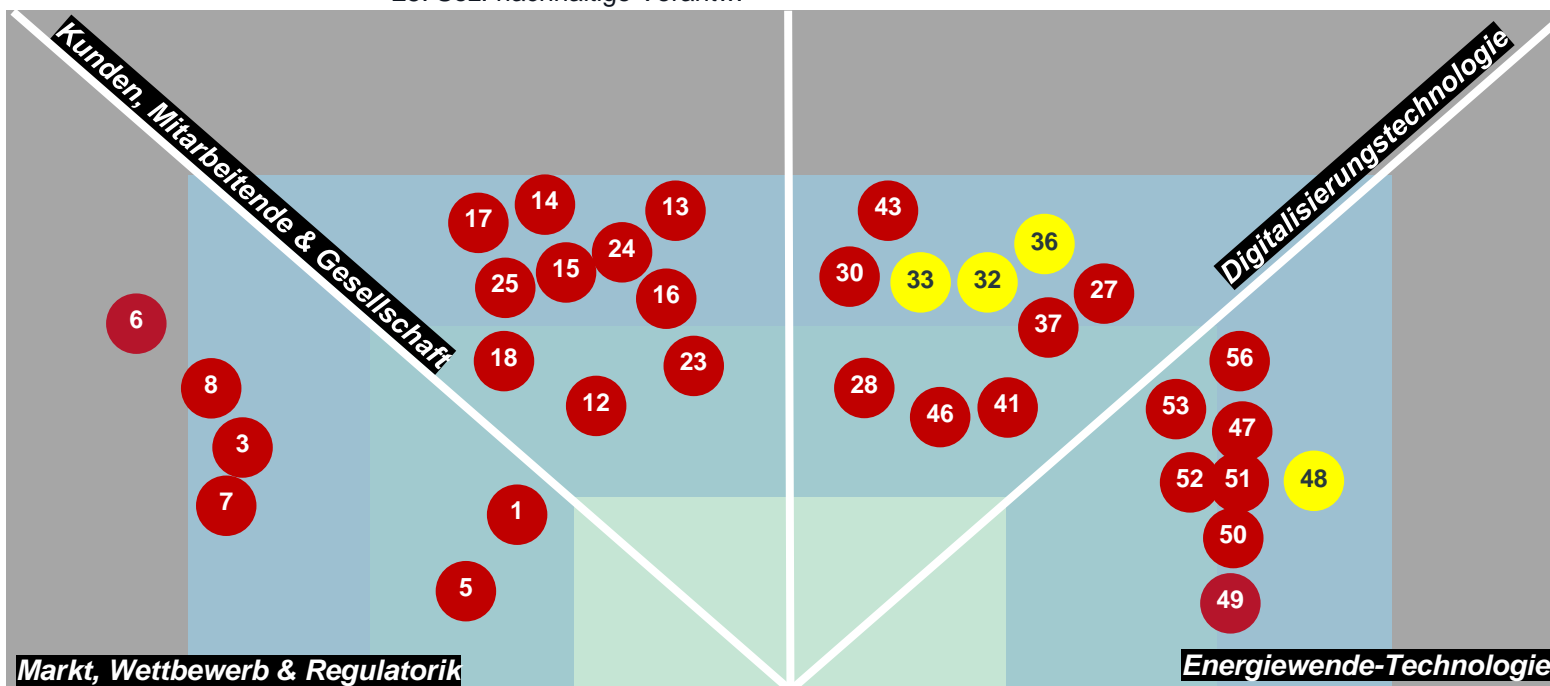
- 16. Fachkräftemangel
- 17. Individualisierung
- 18. Mobile-Workforce-Mgmt.
- 23. Self-Service-Portale
- 24. Ökosystem Haushalt
- 25. Soz. nachhaltige Verantw.

- Digitalisierungs-technologie**
- 27. Plattform-Geschäftsmodelle
 - 28. Dig. & autom. Prozesse
 - 30. Cloudifizierung
 - 32. Big Data & Business Analytics

- 33. Machine Learning & KI
- 36. SAP R/3 zu S/4 HANA
- 37. Internet of Things (IoT)
- 41. LoRaWAN
- 43. Dig. Custom. Exp.
- 46. Breitbandausbau

- Markt, Wettbewerb & Regulatorik**
- 1. Mobilität, insb. Elektrifizierung
 - 3. Neue Wettbewerber
 - 5. Erneuerbare Energien
 - 6. Emissionsfreie Energieträger
 - 7. Resilienz / Autarkie von Energieversorgung
 - 8. Digital Only Ansatz

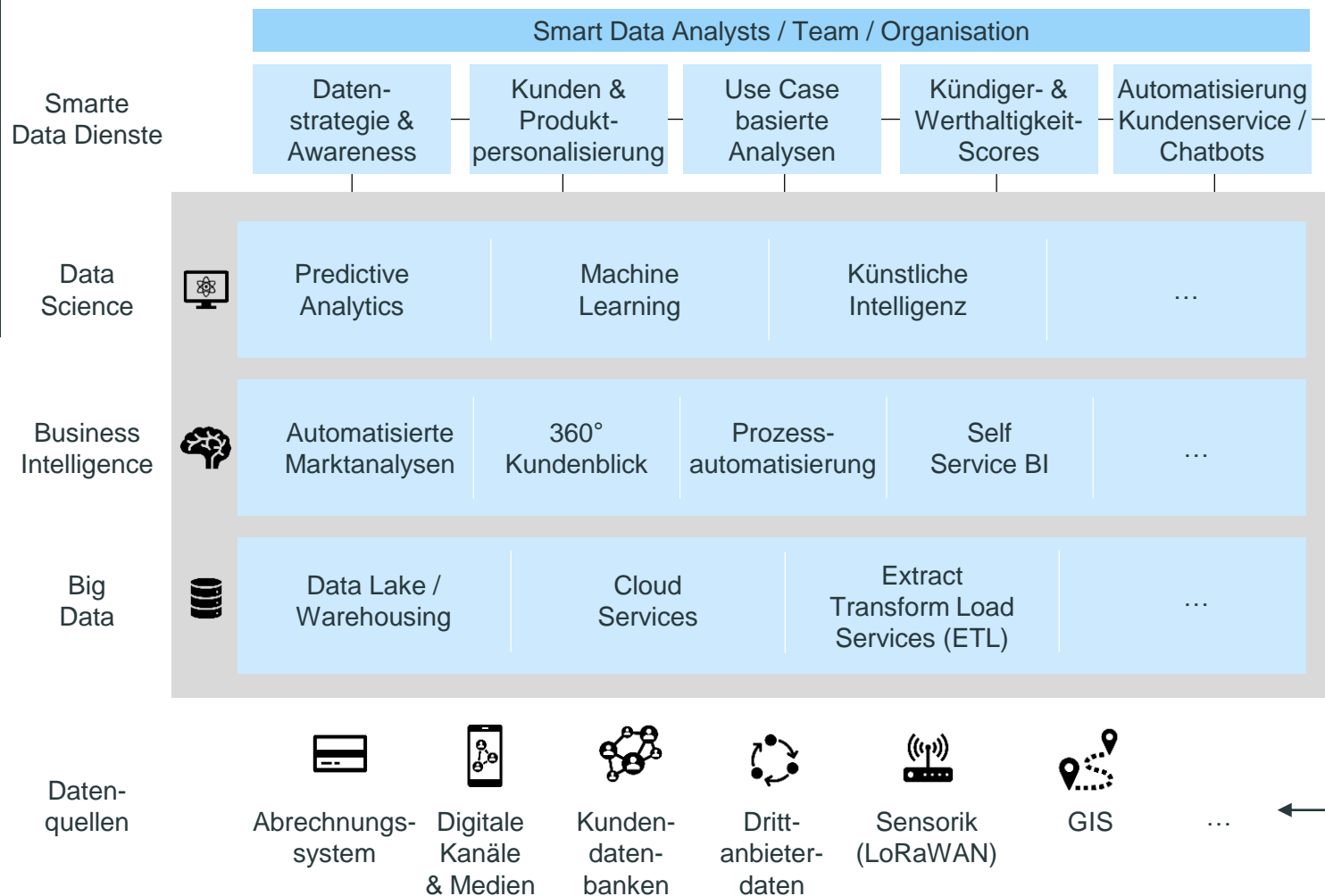
- Energiewende-Technologie**
- 47. Energiemgmt. / CO2-Neutralität
 - 48. Smart City & Urban Data Plattf.
 - 49. Smart Meter
 - 50. Sektorkopplung & Dekarbon.
 - 51. Power-to-X
 - 52. Quartiere / Communities
 - 53. Dezentralisierung der Erzeug.
 - 56. Energieeffizienz



- Fokus des Projektes
- Innovationen und potenziell disruptive Trends beobachten (5-10 Jahre)
 - Innovationen und Trends analysieren und Umsetzung planen (2-5 Jahre)
 - Geschäftsmodell, Produkt und / oder Dienstleistung entwickeln (1-2 Jahre)
 - Je EVU spezifische Umsetzung von Geschäftsmodellen (<12 Monate)

- Gelbe Markierung umfasst die Trends, die für dieses Geschäftsmodell berücksichtigt werden.
- Nummerierung der Trends entspricht der Befragung abzgl. der nicht relevanten Trends im Trendspeicher.

GESAMTSICHT „SMART DATA ACTIVATION“

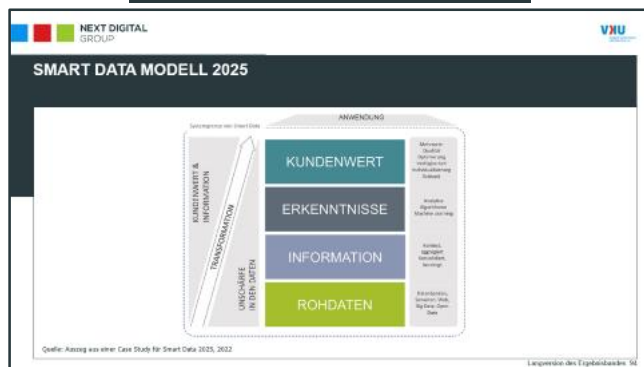


Smart Data Activation als Dienstleistung für Energievertriebe

- Professionalisierung und Harmonisierung der Datennutzung im Energievertrieb
- Intelligente Verknüpfung von Daten aus unterschiedlichen Quellen inkl. Sensorik
- Datenstrategie ergänzt um Dienste zur Lösung von EVU-Herausforderungen
- Smarte Analytik entlang vertrieblicher Wertschöpfung für B2B und B2C (End-to-End)
- Eigenständiger Wertbeitrag durch Steigerung des Unternehmensergebnisses
- Steigerung der Datenkompetenz insgesamt als sekundärer Auftrag
- Organisation der Analysts (ggf. als Team) direkt in der Vertriebsorganisation
- Baustein im Geschäftsmodell der „Smarten Quartiere“

SMARTE DATENAKTIVIERUNG ALS INTELLIGENTE VERKNÜPFUNG

Smart Data Modell 2025



Verständnis Smart Data Activation

WAS VERSTEHEN WIR UNTER SMARTER DATENAKTIVIERUNG?

Datenaktivierung

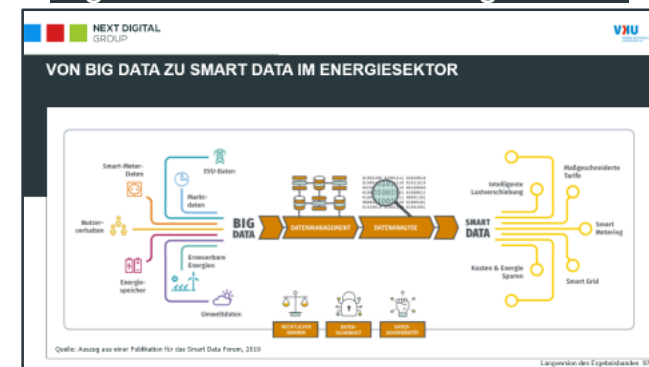
- Erschließung des Wertes von Daten durch die Bildung von Hypothesen, der datenseitige Verprobung und Gewinnung von Insights
- Aufbau einer 360-Grad-(Daten-)Ansicht des Kunden zur Verbesserung der Erfahrungen über alle Produkte / Dienstleistungen und Touchpoints
- Forcierung von Gewinnung, Bindung und Entwicklung von Kunden durch Produktabsatz mit Cross- und Upselling
- Bedingt eine genaue und skalierbare Erfassung, Speicherung und Analyse digitaler Interaktionen in Echtzeit:
 - Datenaufnahme durch Erfassung aller Interaktionen
 - Nutzung der Kundendaten für spezifische Analysen
 - Integration von (Marketing-)Daten zur Hyperpersonalisierung

Smart

- Übersetzung als „Kühe Daten“, da die Datensätze für einen direkten und effizienten Einsatz (automatisiert) aufbereitet werden
- Grundlage bilden bereits konsolidierte, aufbereitete und oftmals visualisierte Daten mit gesicherter hoher Qualität (keine Rohdaten)
- Machine Learning und Artificial Intelligence bilden die Grundlage für die automatisierte und sekundenschnelle Analyse smarterer Daten

Quelle: Statista.com | Lizenzierung des Eigentümers/Anbieters 05

Big & Smart Data im Energiesektor



Verschiedene Plattfortmtypen

UNTERSCHIEDE DER PLATTFORMEN

CDP Customer Data Platform	CRM Customer Relationship Mgmt.	DMP Data Management Platform
<ul style="list-style-type: none"> Datenbank, die historische, demographische und verhaltensbasierte Kundendaten zusammenführt Informationssammelplattform mit Möglichkeit zum Offline-Daten-Ablauf in Echtzeit Konsolidierung und Integration von Daten aus verschiedenen Kanälen Analyse von Daten für mögliche Vorhersage potenzieller Käufe Unterstützung bei der Personalisierung von Marketingbotschaften 	<ul style="list-style-type: none"> Software und Datenmanagement-Tool zur Sammlung von Kundendaten über direkte Interaktionen einschließlich aller Käufe Fokus auf die Unternehmenskundenbeziehung zur Erleichterung der Customer Journey Häufige Erfordernis von manueller Eingabe notwendig Unterstützung zur strategischen Ausrichtung von Kundenkontakten durch Dokumentationen der Kundenbeziehungen 	<ul style="list-style-type: none"> Sammlung von Business-Intelligence-Daten über digitale Medienangebote von Drittanbietern Zurückgreifen auf Daten über alle potenziellen Kunden sowie Bestandskunden Kategorisierung und Klassifizierung von Daten aus verschiedenen Quellen zu Marketingkampagnen und deren Zielgruppen Unterstützung bei der Ausrichtung von Web-Anzeigen an die richtige Zielgruppe

Quelle: Statista.com | Lizenzierung des Eigentümers/Anbieters 08

Verschiedene Datentypen

UNTERSCHIEDE DER DATENTYPEN

First Party Data	Second Party Data	Third Party Data
<ul style="list-style-type: none"> Daten, die das Unternehmen selbst erhebt Jederzeitiger Zugriff und Nutzung der Daten sowie direkte Kontrolle möglich In der Regel festgelegter Rahmen mit dem Einwilligen der Datennutzungserklärung 	<ul style="list-style-type: none"> Daten, die von einem anderen Anbieter bezogen werden Einmaliger Kauf oder dauerhafte Partnerschaft möglich, bei der Daten ausgetauscht werden Häufig Nutzung von personenbezogenen Daten, die einer ausreichenden Zustimmung unterliegen müssen 	<ul style="list-style-type: none"> Daten, die von externen Quellen gekauft werden, die das Unternehmen selbst erworben hat oder selbst erhebt Sammlung von Daten verschiedener Quellen zur Aggregation Nutzung der Daten ist oft fraglich aufgrund von Datenschutz und Qualität

Quelle: Statista.com | Lizenzierung des Eigentümers/Anbieters 09

Plattformbeispiele

PLATTFORM-BEISPIEL III

adverity

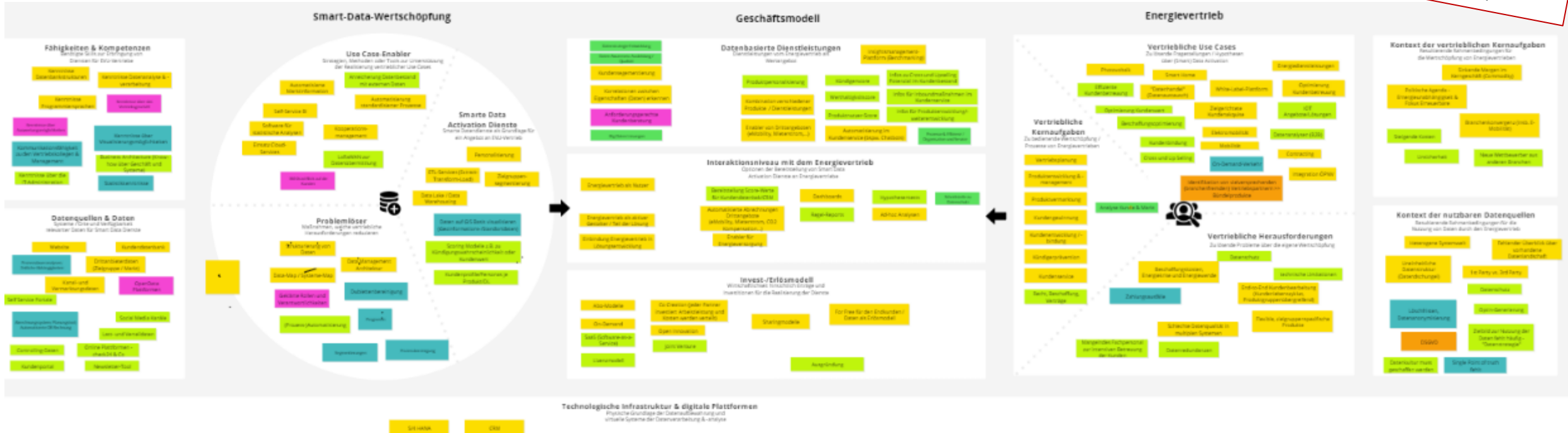
- Verbindung aus Marketing-, Vertriebs- und Kundendaten > 600 Quellen
- Umwandlung verschiedener Daten in qualitative Datensätze
- Erstellung von Dashboards für interaktive Visualisierung
- Optimierung von Performance-Werten auf Basis von proaktiven Analysen
- Maximierung von Erträgen in Kanälen ohne Budgeterhöhung
- Messung der eigenen Leistung zum Wettbewerb

Quelle: adverity.com | Lizenzierung des Eigentümers/Anbieters 11

- Zielbild mit einer Datenplattform mit intelligenter Auswertung durch smarte Aktivierung
- Nutzung verschiedener Datenquellen- und typen mit geeigneter Qualität und Quantität
- Benötigtes Fachpersonal für entsprechende Datenanalyse, -verarbeitung und -visualisierung

SMART DATA ACTIVATION CANVAS - ÜBERSICHT

Detaillierte Ansicht im Conceptboard



Anmerkungen zur Methodik:

- Differenzierung von drei Themengebieten: Perspektive des Energievertriebes, Smart Data Wertschöpfung sowie das eigentliche Geschäftsmodell
- Ableitung des Geschäftsmodells aus Herausforderung der Vertriebe sowie datenbasierter Lösungsansätze mit Überführung in konkrete Dienste
- Beschreibung von konkreten Dienstleistungen, Interaktionen mit Energievertrieben sowie Invest- und Erlösmodell

Anmerkungen zum Geschäftsmodell:

- Institutionalisierung einer zentralen Kapazität / Organisationseinheit für Smart Data Analytics
- Lösung von markt- und kundenseitigen Herausforderungen über Data Strategy, Big Data, Business Intelligence und Data Science
- Bereitstellung von Daten-Visualisierungen, Ad hoc Analysen, Use Case Bearbeitungen und grundsätzlicher Beratung

ERKENNTNISSE ZUM GESCHÄFTSMODELL „SMART DATA ACTIVATION“



Vision / Zielbild:

- **Smarte Datenaktivierung** umschließt den automatisierten und effizienten Einsatz von Daten bei digitaler Interaktion in Echtzeit, um eine 360-Grad-Sicht zu erlangen
- Das **Zielbild** umfasst eine Datenplattform zur Auswertung von verschiedenen Daten durch **smarte Aktivierung** von EVU-Daten
- Zentral ist der Umgang mit **Big Data zu Smart Data** über zielgenaue Datenerhebung, Datenmanagement, Datenanalyse und Datenvisualisierung
- Die **Herausforderungen** liegen besonders in sinkenden Margen im Commodity-Geschäft, politischen Umständen & Unsicherheiten sowie steigenden Kosten
- Konkrete **Problemfelder** beinhalten eine heterogene Systemwelt, uneinheitliche Datenstrukturen, unzureichende Datenqualität sowie ein allgemeines Zielbild

Lösungsansatz:

- Die **Use Cases** umfassen Smart Home, Photovoltaik-Screening, Mobilität, ÖPNV Integration, Contracting oder beispielsweise Umzüge
- Anzubietende **Dienste** können Scoring-Modelle, Data Warehousing, Visualisierungen, Datenstrategie-Entwicklungen oder ETL-Services sein
- **Anwendungsbeispiele** umfassen Cross- und Upselling, Vertriebsausweitungen, Kundenwertmanagement, Personalisierung, Datenhandel und Bündelprodukte
- **Benötigt** werden qualitativ hochwertige Daten in strukturierten Formen von internen & externen Datenquellen sowie entsprechendes Fachpersonal
- Mögliche **Invest-/Erlösmodelle** können Lizenzen, Sharing, Joint Venture, Ausgründungen, Co Creation, On-Demand-Services oder Abo-Modelle sein

INHALTE



1

Vorgehensmodell & Methoden

2

Ergebnisse

2.1

Trendradar

2.2

Geschäftsmodell „Smarte Quartiere“

2.3

Geschäftsmodell „Smart Data Activation“

3

Einordnung der Ergebnisse

4

Trendradar 2023 & nächste Schritte

Gemeinsame Einordnung der Ergebnisse...

Wie bewerten Sie die Ergebnisse des Trendradars?

***Welche weitere Verwendung sehen Sie für
das Geschäftsmodell Smarte Quartiere?***

***Welche Relevanz wird Smart Data
Activation für Sie haben?***

***Wie bewerten Sie das Format
und die Zusammenarbeit?***

INHALTE



1

Vorgehensmodell & Methoden

2

Ergebnisse

2.1

Trendradar

2.2

Geschäftsmodell „Smarte Quartiere“

2.3

Geschäftsmodell „Smart Data Activation“

3

Einordnung der Ergebnisse

4

Trendradar 2023 & nächste Schritte

ÜBERSICHT ZU DEN WEITEREN VORGEHENSMODELLEN

VORSCHLAG ZUM TRENDRADAR 2023

- Fortsetzung des Trendradars:
 - Start der erneuten Befragung zur Einordnung von Trends nach Relevanz und Reifegrad ab Q4 2022 für Q1 2023
 - Ergänzung weiterer Trends auf Basis besonderer/ vorher festgelegter Studien
 - Überprüfung der Dimensionen zur Validierung sowie des Reifegrades
 - Aufzeigen der Veränderung in der Bewertung der Trends durch den

TRENDRADAR 2023

in breiteres

ergebnis

- Spezielle Ansprache und Einbindung von weiteren Zielgruppen, u.a. Kommunen und Wohnungswirtschaft
- Durchführung eines Mappings von Trends zueinander, um eine größere Auswahl an Geschäftsmodellen zu generieren
- Verstärkung des Netzwerk-Gedankens und des Austausches durch mehr Präsenz vor Ort für Workshops mit verbindlicher Teilnahme
- Verknüpfung der Ergebnisse des Trendradars mit Innovations- und Strategieprozessen der beteiligten Partner

131

MÖGLICHE VORGEHENSMODELLE BZGL. DER GESCHÄFTSMODELLE

Erstellung VKU-Whitepaper geplant

GESCHÄFTSMODELLE

Projektmanagement / -koordination und -kommunikation

Business Model Canvas (BMC) diagram showing the flow from Geschäftsmodell to Art des Projektstarts (Gemeinschaftsprojekt, Partner Projekt, Individuelles Projekt) to Fein-Konzept (Bearbeitung offener Themen, Vorbereitung der Umsetzung) to Umsetzung (Gemeinschaftsprojekt, Partner Projekt, Individuelles Projekt).

132

VORSCHLAG FÜR EIN SMART DATA ACTIVATION NETZWERK

- Zielsetzung:
 - Bereitstellung eines (virtuellen) Forums für den Austausch von Data-Experten der VKU-Partner für Energievertrieb und IT
 - Förderung des Wissenstransfers zu datenseitigen Lösungen von EVU-Herausforderungen
- Inhalte:
 - Austausch zu aktuellen Entwicklungen für Smart Data Activation (Impulse)
 - Diskussion von Use Cases der Partner mit Erfahrungstransfer

SMART DATA ACTIVATION NETZWERK

teilige Bearbeitung

in durch neutrale

- interaktives (virtuelles) Diskussionsformat zum Austausch und Networking
- Dauer von ca. 2-4 Stunden je Termin einmal je Quartal
- Moderation des Formates mit Agenda auf Basis von Themenabfragen
- Planung, Moderation und Impulsgebung seitens der Next Digital Group

Angebot:

- Moderation durch Next Digital Group Data Team (pro Bono in 2022/23)

133

Potential für eine weitergehende Zusammenarbeit der Projektpartner in drei Bereichen gegeben – individuelle Interessen zu eruieren und ggf. zu organisieren

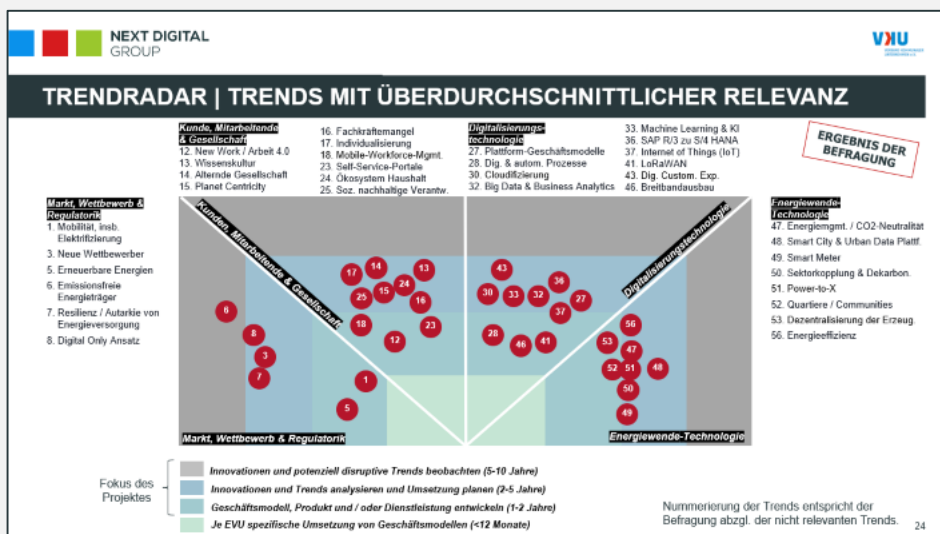
VORSCHLAG ZUM TRENDRADAR 2023

Fortsetzung des Trendradars:

- Start der erneuten Befragung zur Einordnung von Trends nach Relevanz und Reifegrad ab Q4 2022 für Q1 2023
- Ergänzung weiterer Trends auf Basis besonderer/ vorher festgelegter Studien
- Überprüfung der Dimensionen zur Validierung sowie des Reifegrades
- Aufzeigen der Veränderung in der Bewertung der Trends durch den Vergleich 2022 und 2023

Optimierung des Trendradars:

- Erweiterung der Anzahl an befragten Unternehmen für ein breiteres Ergebnisbild
- Spezielle Ansprache und Einbindung von weiteren Zielgruppen, u.a. Kommunen und Wohnungswirtschaft
- Durchführung eines Mappings von Trends zueinander, um eine größere Auswahl an Geschäftsmodellen zu generieren
- Verstärkung des Netzwerk-Gedankens und des Austausches durch mehr Präsenz vor Ort für Workshops mit verbindlicher Teilnahme
- Verknüpfung der Ergebnisse des Trendradars mit Innovations- und Strategieprozessen der beteiligten Partner

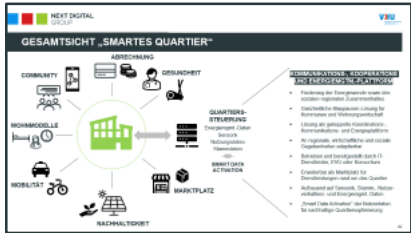


MÖGLICHE VORGEHENSMODELLE BZGL. DER GESCHÄFTSMODELLE

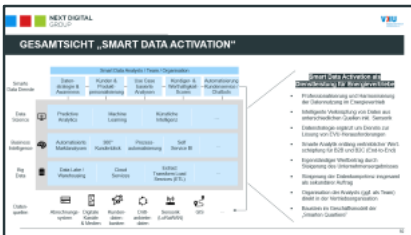
Erstellung VKU-
Whitepaper geplant

Geschäftsmodell

Plattform
Smarte Quartiere



Smart Data
Activation Dienste



Art des Projektstarts

Gemeinschaftsprojekt

- Festlegung des Interessentenkreises und der Teilnehmenden
 - Ggf. Öffnung der Ergebnisse und Beteiligung für weitere Partner
 - Einigung auf Zusammenarbeitsroutinen und Termine
 - Weiterbearbeitung des Geschäftsmodells als Gruppe
- Idealerweise weiter mit Koordination durch VKU

Partner Projekt

Individuelles Projekt

Fein-Konzept

- **Bearbeitung offener Themen, u.a.:**
 - Detaillierung und Erweiterung von Use Cases
 - Gestaltung eines Betreibermodells
 - Identifikation von Fördermittelprogrammen
 - Wirtschaftlichkeits- und Risiko-Analysen
 - Machbarkeitsanalyse je Partner
 - Dialog mit neuen Akteuren (z.B. Kommunen, WoWi)
 - Make or Buy (z.B. Quartiers-App)
 - ...
- **Vorbereitung der Umsetzung, u.a.:**
 - Sparring mit designierter Kundengruppe
 - Start-/Stufenmodell für möglichen Rollout
 - Durchführung einer Kompetenzanalyse der Partner
 - Festlegung der Beteiligung und Rollen der Partner
 - Klärung weiterer Rahmenbedingungen
 - ...

Umsetzung

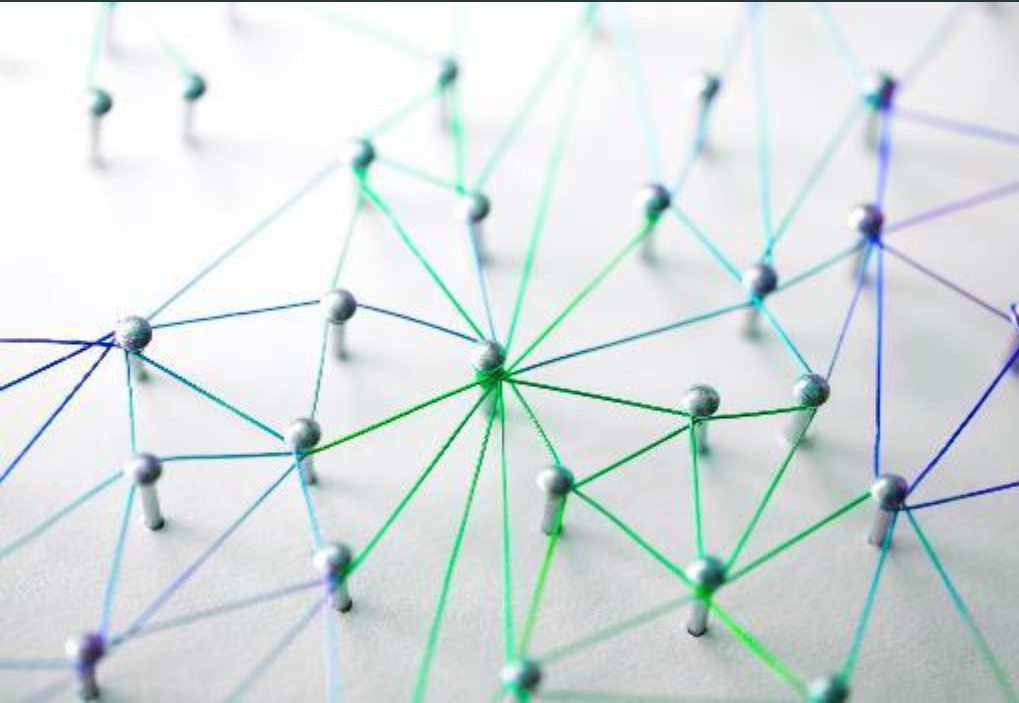
Gemeinschaftsprojekt

Partner Projekt

Individuelles Projekt

Projektmanagement / -koordination und -kommunikation

VORSCHLAG FÜR EIN SMART DATA ACTIVATION NETZWERK



- **Zielsetzung:**
 - Bereitstellung eines (virtuellen) Forums für den Austausch von Data-Experten der VKU-Partner für Energievertrieb und IT
 - Förderung des Wissenstransfers zu datenseitigen Lösungen von EVU-Herausforderungen
- **Inhalte:**
 - Austausch zu aktuellen Entwicklungen für Smart Data Activation (Impulse)
 - Diskussion von Use Cases der Partner mit Erfahrungstransfer
 - Gemeinsame Entwicklung von Hypothesen und ggf. arbeitsteilige Bearbeitung
 - Punktuell Einladung von externen Referenten zu Spezialthemen
- **Potential:**
 - Pooling von anonymisierten Daten für Massendatenanalysen durch neutrale „Clearing Stelle“
- **Durchführung:**
 - Interaktives (virtuelles) Diskussionsformat zum Austausch und Networking
 - Dauer von ca. 2-4 Stunden je Termin einmal je Quartal
 - Moderation des Formates mit Agenda auf Basis von Themenabfragen
 - Planung, Moderation und Impulsgebung seitens der Next Digital Group
- **Angebot:**
 - Moderation durch Next Digital Group Data Team (pro Bono in 2022/23)

STEVE KIRCHHOFF

Gründer & CEO

steve.kirchhoff@nextdigital.de

+49 173 28 00 960

KIM KORTEMEIER

Strategy Consultant

kim.kortemeier@nextdigital.de

+49 170 70 21 741

www.nextdigital.de

**VIELEN DANK FÜR DIE
SEHR GUTE
ZUSAMMENARBEIT!**