

Als wären die Troubles durch die Energiewende nicht groß genug, drohen die heimischen Versorger auch die DIGITALISIERUNG zu verschlafen, legt eine neue Studie von Ernst & Young nahe.

Es ist so etwas wie ein Tsunami. Die Welle nach einem Erdbeben. Die österreichische E-Wirtschaft ist noch dabei, sich mit ihrer sinkenden Bedeutung zwischen Windrädern und Photovoltaikanlagen abzufinden – im Branchenjargon bezeichnenderweise „Verwerfungen“ genannt –, da droht schon die nächste Umwälzung.

Und geht es nach einer neuen Studie der Prüfungs- und Beratungsorganisation Ernst & Young (EY), dann scheinen etliche heimische Strombosse den Boom neuer Geschäftsmodelle noch zu wenig am Radar zu haben: „Die Digitalisierung droht Österreichs Energieversorger im immer intensiveren Marktwettbewerb zurückzuwerfen, weil ihre Auswirkungen deutlich unterschätzt werden“, heißt es wenig schmeichelhaft in der aktuellen Version einer regelmäßig durchgeführten Umfrage unter Energieversorgungsunternehmen (EVU) in Deutschland, der Schweiz und Österreich. Die Österreicher seien in manchen Bereichen unbedarfter als deutsche Kollegen, sagen die Energieexperten bei EY, Stefan Uher und Elfriede Baumann: „Manche Österreicher glauben, dass sie schon weit sind, sehen aber nicht, was da noch alles auf sie zukommt.“

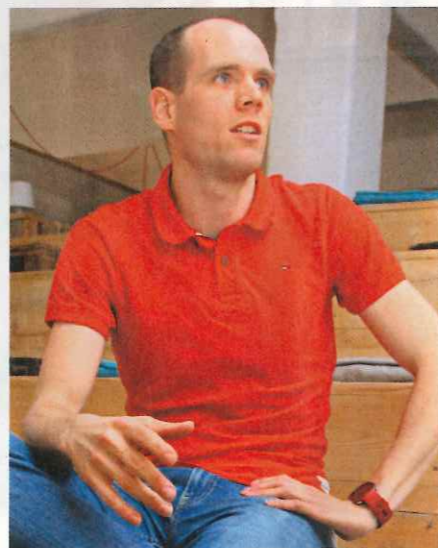
Worum geht es? Die Digitalisierung, die so gut wie alle Geschäftsmodelle umkrempelt – vom Onlineshopping bis zu

VON MARKUS GROLL

Wechselstrom

Taxiplattformen – droht nun auch, die Energiemanager zu elektrisieren. Neue Geschäftsmodelle für Strom rollen an, die möglich werden, weil etwa statt großer, zentraler Kraftwerke immer mehr kleinere im Netz hängen: von Windrädern bis hin zu Solaranlagen auf Hausdächern. Und auch weil der Verbrauch bei den Stromkunden immer besser gemessen werden kann – bis hinunter zum einzelnen Kühlschrank.

Plötzlich drängen immer mehr und immer kleinere Stromanbieter auf den Markt, die weder Kraftwerke haben noch Stromnetze, sondern einfach Computer und ein paar gute App-Programmierer. Zwar muss schon seit Längerem niemand mehr seinen Liefervertrag zwangsweise beim regionalen Stromversorger abschließen. Doch mittlerweile sind es schon 34 alternative Anbieter, aus denen Stromkunden wählen können, von E wie Einfach (Sitz in Deutschland) über Mein-AlpenStrom bis hin zu schlaustrom. Noch leben viele der neuen Anbieter von Visionen, die tatsächlich verkauften Kilo-



„Die Anpassung an die neuen Gegebenheiten wird von den alten Versorgern aufgehalten.“

SIMON SCHMITZ
CO-GRÜNDER, CEO AWATTAR

wattstunden sind gering. Doch das hat man bei Windrädern vor zehn Jahren auch gesagt. Nun bestimmen sie die Entwicklung in der Branche.

SPEICHER GEGEN GRATISSTROM. Die neue Konkurrenz, die den etablierten EVU den Saft abdrehen will, sieht so aus: Vor wenigen Tagen etwa ging die Sonnen-Gruppe, ein alternativer deutscher Stromanbieter und Produzent von Batteriespeichern für Haushalte, mit einer Flatrate an die Öffentlichkeit. Kunden bekommen den Strom geschenkt, wenn sie im Gegenzug ihren Haushaltsstromspeicher in einen virtuellen Speicherverbund einbringen. Dieser wird von Sonnen benutzt, um Stromnetzbetreibern Regelleistung anzubieten, ein stark nachgefragtes und gut bezahltes Produkt, das Spannungsschwankungen ausgleicht.

Oder, ein anderes Beispiel aus Österreich: Das Wiener Start-up aWATTar will billige Ökostromtarife anbieten, indem es den Strombedarf seiner Kunden im Stundentakt analysiert und genau dann

liefert, wenn die Börsenpreise gerade am Boden sind (also wenn viel Wind weht oder die Sonne scheint). Das geht für alle Geräte, die nicht extrem zeitkritisch sind, also etwa Kühlschränke oder Wärmepumpen. Technisch ist die Abwicklung kein Problem, denn mit sogenannten Smart Meters lassen sich im Haushalt exakte Strommessungen durchführen. Bisher operiert die Strombranche eher mit Durchschnittswerten über große Kundengruppen hinweg.

Noch fehlen allerdings ein paar gesetzliche Voraussetzungen für die Umsetzung des unkonventionellen Angebots, klagt aWATTar-Co-Founder und CEO Simon Schmitz: „Die Anpassung der Marktregeln an die neuen technischen Gegebenheiten wird von den alten Versorgern aufgehalten.“ Aber die Marktregeln werden sich ändern! Bis dahin versucht Schmitz einmal, Vertriebskooperationen mit Herstellern jener Geräte einzufädeln, die von seinem Modell profitieren könnten.

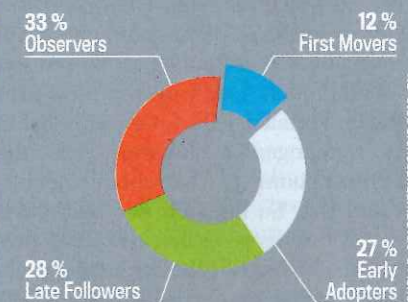
Vielleicht liegt es an der gesetzlichen Trägheit, dass das Bewusstsein in

So schätzen Energiemanager ihren Geschäftserfolg ein – in Prozent



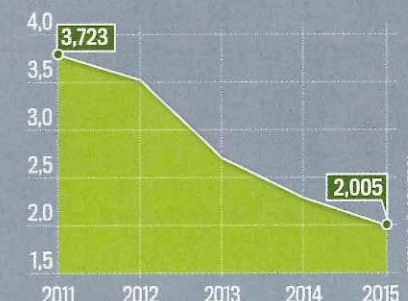
STEIGENDE DEPRESSION. Unzufriedenheit in der Branche wird immer größer.

Verhältnis zur Digitalisierung in Prozent der Unternehmen



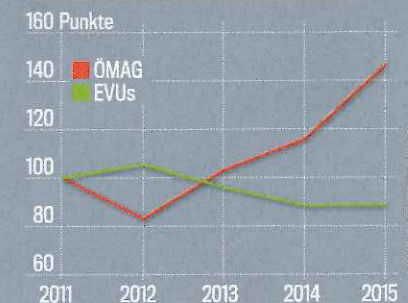
EHER SKEPTISCH. Nur zwölf Prozent der EVU sind ganz vorne mit dabei (First Movers).

Marktwert für österreichischen Strom in Mrd. Euro



MARKTWERT SINKT. Die Landes-EVU verloren 1,7 Mrd. Euro in fünf Jahren.

Umsatzentwicklung: konventioneller vs. Ökostrom, Index 2011 = 100



ALTERNATIV-BOOM. Die Abwicklungsstelle für Ökostrom (ÖMAG) legte kräftig zu.

► Österreich für die Folgen des digitalen Wandels noch nicht so groß ist. Laut der Umfrage von EY sagen immerhin 44 Prozent der heimischen Strommanager ein wenig blauäugig, dass die neuen Technologien keinen oder geringen Einfluss auf ihre Geschäftsmodelle haben. In Deutschland trauen sich nur 36 Prozent der Manager, das zu behaupten. Was die EY-Researcher zu dem Schluss bringt: „Im Vergleich zu Deutschland hinkt man in Österreich in vielen Bereichen noch hinterher.“

MARKTWERT FAST HALBIERT. Andererseits: Dass sich die alten EVU noch eine kleine Verschnaufpause gönnen, bevor sie sich neuen Technologien zuwenden, ist verständlich. Denn sie kämpfen noch mit dem Verfall der Börsenstrompreise in den vergangenen Jahren, den der Ökostromboom in Deutschland hervorgerufen hat. So hat sich der Marktwert des von den österreichischen EVU produzierten Stromes – gemessen an Durchschnittspreisen an der Börse – innerhalb von fünf Jahren fast halbiert.

„Wir waren ersten, die flächendeckend Smart Meters eingeführt haben. Da sind wir anderen weit voraus.“

LEO WINDTNER
ENERGIE AG, OBERÖSTERREICH



Einfach mehr Strom zu verkaufen, ist nicht drin, im Gegenteil. Die österreichischen Landesenergieversorger verloren auch über den Preisverfall hinaus nennenswerte Umsätze. In Summe fehlen ihnen im Fünfjahresvergleich mittlerweile rund drei Milliarden Euro. Nicht wenige Kraftwerke mussten daher eingemottet oder in der Bilanz abgeschrieben werden.

Das Geld für die Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle fehlt somit zunehmend – und die Lust an diesem Business sowieso. Auch das stellte die Umfrage von EY recht deutlich fest. Bereits die Hälfte der befragten österreichischen Energiemanager (50 Prozent) ist mit dem Geschäftsgang unzufrieden. Die berufliche Depression stieg rasant vor allem innerhalb der vergangenen drei Jahre. 2014 lag der Anteil der Unzufriedenen erst bei 40 Prozent, 2013 gar nur bei 30 Prozent.

Die Vorwürfe, nach der Unterschätzung der Entwicklung durch Ökostrom auch noch die Digitalisierung zu verschlafen, wollen Österreichs Strombosse so allgemein trotzdem nicht auf sich sitzen lassen. Leo Windtner, Chef des Oberösterreichischen Landesenergieversorgers Energie AG, sagt: „Wir waren im Gegenteil die ersten, die eine flächendeckende Einführung der Smart Meters in Angriff genommen haben. Da sind wir anderen weit voraus und können nun genau diese flexiblen Geschäftsmodelle anbieten, von denen alle reden.“

Martin Graf, ehemaliger Vorstand in der Regulierungsbehörde E-Control und seit einem halben Jahr Vorstand beim Landesenergieversorger Energie Steiermark, kann sich die ernüchternden Studienergebnisse schon erklären, aber auch er sieht sein Unternehmen für die kommenden Herausforderungen gut aufgestellt: „Es gibt natürlich unterschiedliche Geschwindigkeiten in unserer Branche. Aber gerade wir als Energie Steiermark haben erkannt, dass wir bei diesem Thema auch externe Expertise brauchen.

Und daher schließen wir für neue Geschäftsfelder immer öfter externe Partnerschaften ab.“ So vertreibt man etwa neue Stromtarife gemeinsam mit der easybank der Bawag, eröffnet neue Geschäftsfelder im Bereich der E-Mobility (E-Tankstellen, Carsharing) und engagiert sich beim Bau dörflicher Infrastruktur (Lichtwellenleiter) oder im Bereich Smart Home (E-Health-Projekt mit dem Start-up E-nnovation).

GENERATIONENWECHSEL. Das Bewusstsein für die schöne neue Stromwelt könnte auch eine Generationenfrage sein, vermutet EY-Partner Uher: „EVU waren einmal die großen Tanker im Markt. Das hatte durchaus Vorteile, aber verleitet zu Fehleinschätzungen: Nur weil man hohe Investitionen tätigt und wesentliche Infrastruktur betreibt, bleibt man vom digitalen Wandel nicht verschont.“

So gesehen kann Österreich bei der nächsten Umfrage wieder Terrain gutmachen. Denn tatsächlich kommt gerade die nächste Generation in der heimischen Energiebranche geballt an die Schalthe-

bel. Energie-Steiermark-Vorstand Martin Graf etwa ist erst 40 Jahre alt und zählt zu jenen neuen Managern, die mit den digitalen Umwälzungen weit besser zurecht kommen könnten als die Vorgängergeneration, die sichere Stromversorgung noch mit dem Bau möglichst hoher Staumauern und möglichst großer Brennkessel verbindet. Auch die Salzburg AG holte sich jüngst mit dem ehemaligen Ökostrom-AG-Mann Horst Ebner einen 47-jährigen Experten in die Vorstandsetage. Bei der Energie Allianz Austria, der Stromvertriebsgesellschaft der Landes-EVU aus Niederösterreich, Wien und dem Burgenland, werkt seit wenigen Monaten der 41-jährige Jörg Sollfellner im Vorstand. Und auch bei der Tiroler Tiwag rückte mit dem 46-jährigen Thomas Gasser ein Junger zu Jahresbeginn als Vorstand an die Front.

Das jetzt in der EY-Studie von den Old Boys noch oft vorgebrachte Argument, „die mangelnde Qualifikation der Mitarbeiter“ wäre Schuld an der Trägheit im neuen digitalen Umfeld, wird wohl langsam hinfällig werden. ■

FOTO: URSULA ROECK

WIR BEOBACHTEN SEIT 1896

**120
Jahre**

Am 23. September 1896 wurde der erste Zeitungsausschnitt Österreichs von Alex Weigl's Unternehmen für Zeitungsausschnitte „Observer“ erstes österr. behörl. concess. Bureau für Zeitungsberichte und Personalnachrichten produziert. Seitdem wurden mehr als 100 Millionen Clippings an Kunden geschickt. Heute ist der »OBSERVER« Marktführer in der klassischen Medienbeobachtung und Full Service Agentur für Media Intelligence.

Einfach den Überblick behalten

»OBSERVER«



**WANN KÖNNEN
SIE ANFANGEN?**

Jobs mit Qualität im
Einstieg und Qualität
im Aufstieg.

derStandard.at/Karriere