Daten für mehr Kundennähe

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Energeia : Newsletter des Bundesamtes für Energie**

Band (Jahr): **- (2018)**

Heft 2

PDF erstellt am: **25.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-738005

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

DATEN FÜR MEHR KUNDENNÄHE

Die Digitalisierung der Stromversorgung wird konkret: Bis 2027 sollen in der Schweiz Smart Meter flächendeckend eingeführt sein. Das ETH-Spin-off BEN Energy zeigt, was man heute mit den digitalen Verbrauchsdaten bereits machen kann.

Noch sind in der Schweiz weder die Stromversorgungsunternehmen noch die Stromversorgung digitalisiert (vgl. auch S. 12). Intelligente Stromzähler, sogenannte Smart Meter, sind erst wenige in den Schweizer Haushalten eingebaut, und wenn ein Stromversorgungsunternehmen doch bereits solche bei seiner Kundschaft hat installieren lassen, so nutzt es die Daten daraus noch kaum. Unternehmen wie das Start-up BEN Energy haben aber die Zeichen der Zeit erkannt: Mit der Energy Analytics Platform bietet BEN Energy den Stromversorgungsunternehmen die Möglichkeit, die gesammelten digitalen Daten, gezielt zu nutzen.

Quelle: BEN Energy

Analyse und Vorhersage

«Bei vielen Stromversorgern hat sich die Erkenntnis durchgesetzt, dass sich mit den herkömmlichen Produkten langfristig nicht mehr genug Geld verdienen lässt», erklärt Dr. Felix Lossin, Leiter Vertrieb und Marketing bei BEN Energy. Innovationen und eine bessere Kundenorientierung sind also gefragt. Hier kommt BEN Energy ins Spiel: Das Unternehmen ermöglicht den Stromversorgern, den Mehrwert aus den Smart-Meter-Daten zu nutzen. «Mit der Energy Analytics Platform können wir die grosse Datenmenge analysieren und mit zusätzlichen Daten, etwa Wetterdaten, anreichern», erklärt Dr. Felix Lossin.

Dank komplexen Algorithmen können aus den Daten schliesslich wichtige Erkenntnisse gewonnen werden, etwa wie gross das Effizienzpotenzial in einem Haushalt ist oder ob die Person sich für weitere Dienstleistungen, wie beispielsweise eine Energieberatung, interessiert. «Wir können auch Vorhersagen über das zukünftige Verhalten machen, also beispielsweise darüber, wie hoch die Wahrscheinlichkeit eines Anbieterwechsels ist und welche Motive dahinterstehen», so Lossin weiter. Diese Erkenntnisse seien insbesondere in den liberalisierten Märkten wie Österreich und Deutschland relevant, wo BEN Energy ebenfalls tätig ist.

Vom Versorger zum Dienstleister

«Von unseren Analysen profitieren unter anderem Stromversorger, die bis anhin nur rudimentären Kontakt zu den Kundinnen und Kunden hatten und dies ändern möchten», erklärt Matthias Dhum, Leiter Client Services bei BEN Energy. Der Stromversorger kann mit persönlicheren Angeboten gezielt auf die Kundschaft zugehen und so einen «guten Draht» zu ihr aufbauen. «Der Stromversorger wird immer mehr zum Energiedienstleister, und je besser er seine Kundschaft kennt, desto besseren Service kann er bieten», sagt Matthias Dhum weiter. Konkrete Produkte, die der Stromversorger seinen Endkunden dank den Analysen der Smart-Meter-Daten anbieten kann, sind etwa regelmässige Energiereports oder Verbrauchswarnungen, welche die Kundschaft zeitnah auf ungewöhnliche Verbräuche hinweisen.

Erfahrung mit offenen Märkten

Dass der Druck auf die Stromversorger zunimmt, auf das sich verändernde Umfeld zu reagieren, spürt das Unternehmen. «Das Interesse an unseren Dienstleistungen hat in den vergangenen Monaten zugenommen», sagt Lossin. Die Stromversorger seien daran, sich fit zu machen für einen zukünftig liberalisierten Strommarkt. «Offenbar macht es sich bezahlt, dass die Energy Analytics Platform bereits von deutschen und österreichischen Unternehmen gebraucht wird, die sich im liberalisierten Markt behaupten müssen», sagt Dr. Felix Lossin. *(his)*