

# Big Data ist nicht Big Brother

**Praxisbeispiele** Wann spricht man von Big Data? Wie beurteilen Kommunalversorger das ewige Trendthema der Digitalisierung? Außerdem: Empfehlungen, wie der Einstieg in die Massendatenwelt gelingt

Stephanie Gust, München

**B**ig Data – schnöde übersetzt, geht es um Massendaten – und um einen mittlerweile veralteten Begriff, sagt *Michael Salcher*, Partner bei der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG. Und dennoch: Datenmanagement ist nach wie vor einer der wesentlichen Trends der Digitalisierung – und betrifft alle Geschäftsbereiche. Salcher wird konkreter: Bei Big Data handelt es sich um Analysen, auf deren Basis sich relevante Informationen erheben lassen – sei es Optimierung, Überwachung, effizienten Ressourceneinsatz oder Verbesserungen von Leistungen, Innovationen und Wettbewerbsfähigkeit.

Kennzeichnend für Big Data sei eine hohe Komplexität und ein schnell anwachsender bzw. sich stetig verändernder Datenbestand, erklärt *Jeannine Kallert*, Leiterin Marketing beim IT-Dienstleister Gisa. Vor allem neue Technologien wie Internet-of-Things oder Smart Metering beruhen darauf oder produzieren die Datenflut.

Ziel der Energieversorger sollte es nicht nur sein, damit das bestehende Geschäft zu optimieren, kosteneffizient zu gestalten und wettbewerbsfähig zu bleiben, sondern auch, neue Felder zu erschließen. Vor allem das Kundengeschäft müsse auf die neue Energiewelt getrimmt werden, rät Salcher. »Energie wird zu einem Consumer-Produkt, um die Lebensqualität zu erhöhen. Dazu bedarf es Infrastruktur und IT-basierte Technologien«, verdeutlicht der KPMG-Mann. Versorger sieht er in Sachen Digitalisierung noch ganz am Anfang.

Allerdings: »Stadtwerke besitzen seit jeher Massendaten«, erläutert Kallert von Gisa: Verbrauchsdaten, Vertragsdaten, Netznutzungsdaten, Daten zu Leitungen und der Entwicklung von Kosten. »Diese intelligent zu nutzen, war technologisch

bislang schwierig. Und auch die Nachfrage nach Geschäftsmodellen auf Basis von Big Data steigt nur langsam«, verdeutlicht sie. Probleme seien die Qualität der Daten, fehlende Ressourcen und hohe Anlaufkosten.

Und wie sieht das in der Praxis aus? Die ZfK hat bei drei Stadtwerken nachgefragt:

**N-Ergie** | »Wir beschäftigen uns mit dem Thema und haben begonnen, es im Kundenservice einzusetzen«, heißt es bei den Nürnbergern. Dementsprechend habe man bereits erste Ansätze umgesetzt, etwa bei der Klassifizierung von Kundenmails. Weitere neue Analysetools werden erprobt. In weiteren Unternehmensbereichen soll Big Data künftig an Relevanz gewinnen.

Signifikante Mehrwerte könnten sich hier außerdem aus Unternehmensprojekten zur E-Mobilität, virtuellen Kraftwerken, Smart Metern und intelligenter Steuerung der Netze ergeben.

Tipp: Aus eigener Erfahrung empfiehlt N-Ergie, bereits vorab Ziele sehr klar zu definieren und die erforderliche Qualität der Daten sicherzustellen. Im Bereich der Kundendaten müsse man vor allem auf Datenschutz achten. Entscheidend sei auch, den unternehmerischen Mehrwert, der durch

Datenanalysen erzielt werden soll, exakt zu bestimmen und zu prüfen. Wer dies versäume, verfehle diesen möglicherweise.

Für den Einstieg rät N-Ergie, einfache Anwendungsfälle zu identifizieren und zu testen. Bevor mit den Analysen begonnen wird, sollten Fragestellung, Ziele, Datenquellen und -qualität, Methodik, mögliche Limitierungen und die gewünschte Darstellung der Ergebnisse geklärt werden.

Weiterbildung: Eigene Mitarbeiter nahmen bereits an Schulungen zum Thema Data Science teil.

**Stadtwerke Heidelberg** | In Heidelberg werden Daten aus intelligenten Messsystemen ausgewertet. Durch deren Aufbereitung und Analyse sei eine genauere Energiebeschaffung möglich: Prognose und realer Bedarf sind besser abgestimmt und neben wirtschaftlichen Vorteilen wird die Stabilität des Energiesystems gestützt. Mitarbeiter werden geschult, jedoch noch nicht auf breiter Basis, sondern im Rahmen von Projekten.

**TWL** | Aktuell setzen die Technischen Werke Ludwigshafen Big Data in ihren Customer-Relationship-Management-Systemen ein und im Churn-Management, also im aktiven Management, um Kundenabwanderungen zu verhindern. Weitere Einsatzgebiete sind virtuelle Kraftwerke und Anwendungsbereiche der Blockchain-Technologie. Die Anwendungen befinden sich zum Teil im Pilot-Status.

Vorteile: Big Data sei die Grundlage für neue digitale Geschäftsmodelle. Vor allem die Verknüpfung von Daten aus unterschiedlichen Quellen haben den TWL einen analytischen Vorsprung verschafft, etwa durch Bedarfsanalysen und Kundengruppensegmentierung. Sie helfen, Tarife auf bestimmte Kundengruppen maßzuschneidern.

Tipp: »Big Data ist die Basis für die Digitalisierung der Branche«, heben die Lud-

## BIG DATA UNTER STROM

Seit 2015 führt KPMG die Studie »Mit Daten Werte schaffen« durch. Für die Erhebung 2017 ergab sich: Im Vergleich zur Gesamtwirtschaft haben Datenanalysen bei deutschen EVU zu überdurchschnittlich starken Veränderungen ihrer Geschäftsmodelle geführt. Gleichzeitig bleibt der Anteil der EVU, deren Geschäftsmodell sich dadurch deutlich verändert hat, bei weit unter 50 Prozent.

wigshafener hervor. Unternehmen sollten sie als Grundlage für ihre Weiterentwicklung verstehen und in ein Gesamtkonzept integrieren. »Dabei muss auch überlegt werden, ob Strukturen innerhalb des Unternehmens zu verändern sind. Anschließend könne man mit Pilotprojekten beginnen und Sorge dafür tragen, dass diese kulturell im Unternehmen verankert werden. Mitarbeiter müssen außerdem entsprechend geschult sein«, so der Rat der TWL.

Weiterbildung: Dies setze man selbst bei den Mitarbeitern, die in Big-Data relevanten Bereichen arbeiten, Algorithmen entwickeln oder diese interpretieren müssen, um.

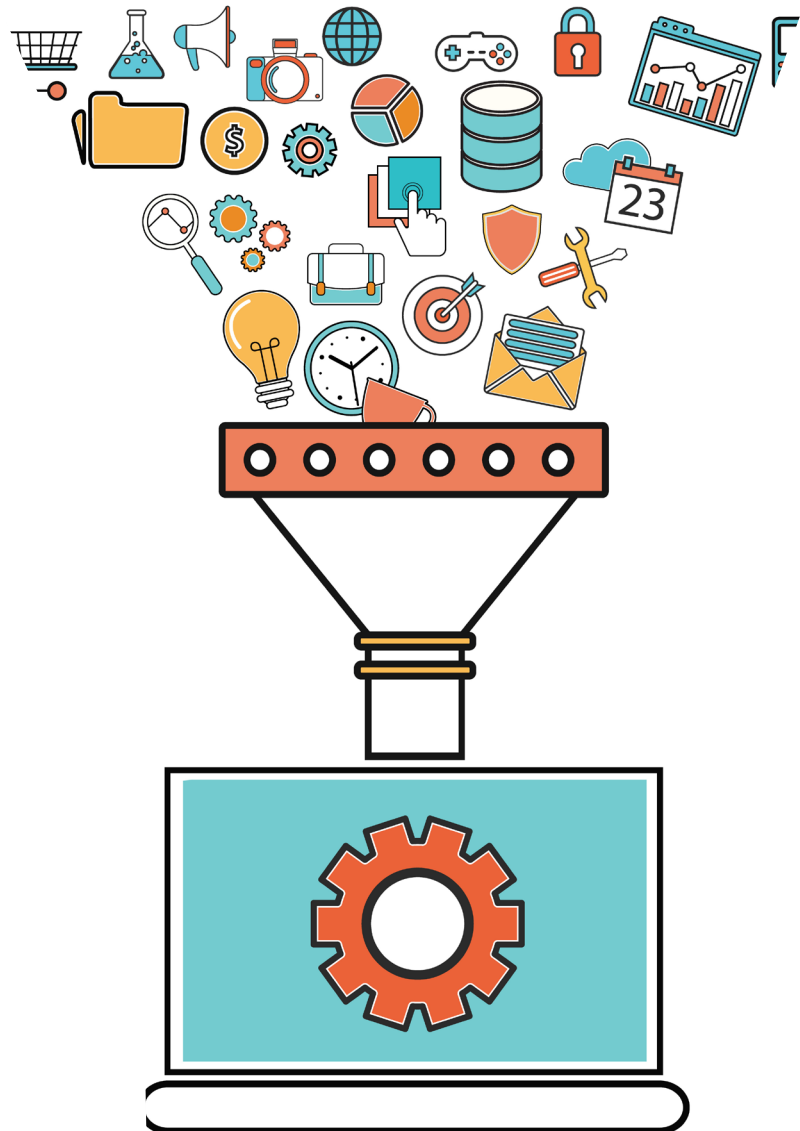


Foto: © Graphicroyalty/AdobeStock

## NACHGEFRAGT

»Die eigentliche Arbeit beginnt erst danach – denn wie setze ich diese Daten um?«

**Maïke Meyer**

Teamleiterin Business Intelligence GISA

**Frau Meyer, worüber sind Versorger am meisten zufrieden, wenn sie auf Big Data umsteigen?**

Stadtwerke sind immer wieder verblüfft, dass es auf Knopfdruck gelingt, die Kündigungswahrscheinlichkeit eines Kunden vorherzusagen, was mit einer Wahrscheinlichkeit nahe 80 Prozent gelingt.

Die eigentliche Arbeit beginnt erst danach – denn wie setze ich diese Informationen in Handeln um? Als IT-Komplettdienstleister bieten wir hier mit Partnerunternehmen ein ganzes Leistungspaket. A/V/E zum Beispiel designt mit unseren Kunden Marketingmaßnahmen und setzt diese auf oder mit eigenen Ressourcen um. Unser Partner Energiesparschein bietet Stadtwerken die Möglichkeit, ihren Kunden beim Stromsparen ein spielerisches Belohnungssystem zu erleben und so auch Daten zu vervollständigen.

**Wie wird sich Big Data in den nächsten fünf Jahren entwickeln?**

Wir sind überzeugt, dass es immer mehr solche Anwendungen geben wird. Und

die besten Anwendungen sind die, die mit Stadtwerken gemeinsam entstehen. So auch unsere Lieblingsherangehensweise. Big Data heißt nicht zwingend Big Brother. Für Stadtwerke kann es sich lohnen, Kunden gezielt zufriedener zu machen und auch Einspeisung, Erzeugung und Investitionen besser planen und steuern zu können. Wichtig ist es, Fantasie zu entwickeln, wie Daten gewinnbringend genutzt werden können und sollen.

*Die Fragen stellte Stephanie Gust*