



Philipp Depiereux auf dem VKU-Stadtwerkekongress

© Jonathan Goepfert/VKU Service



SMART ENERGY

17.09.2019

Weckruf zur Digitalisierung auf dem VKU-Stadtwerkekongress

Es klingt drastisch, und es geht alle kommunalen Unternehmen etwas an: "digitalize or die" – so die provokante These des Digitalisierungs-Experten. Doch in der neuen Technik liegt auch Hoffnung für kommunale Unternehmen.

Ein T-Shirt mit Europa-Sternen, Jeans, weiße Turnschuhe: Philipp Depiereux verkörpert schon äußerlich eine neue Zeit. Auf dem VKU-Stadtwerkekongress in Kassel, wo dunkelblauer Zwirn vorherrscht, war er eine erfrischende Ausnahme. Von neuer Dynamik und von Aufbruchdenken war denn auch die Botschaft geprägt, die er – ausgehend von der provokanten These "digitalize or die" – den Kongressteilnehmern vortrug. Denn mit ganz einfachen Rezepten kann, so Depiereux, die Digitalisierung zu Neugeschäft führen und die Existenz von kommunalen Unternehmen sichern.

"Netflix, Amazon, Uber – was hat das mit mir zu tun?" – Das war die Ausgangsfrage des Referenten. Die Antwort liegt auf der Hand, und Depiereux bestätigte: "Digitalisierung ist disruptiv! Das geht sehr schnell, und schon ist alles umgestellt!" Das Problem sei der Mensch, denn Gewohnheit, Angst und Unsicherheit bremsen die Nutzung digitaler Angebote. Depiereux wirbt: "Wir müssen den Kunden zeigen, dass es sich lohnt, von analogen auf digitale Prozesse umzusteigen!"

Aber es läuft doch alles...?

Vor seinem Rezept brachte Depiereux einen wichtigen Einwand. Die Wirtschaft, so höre er immer wieder, laufe doch. Warum solle etwas umgestellt werden? Auf die Gegenwart bezogen gab er sogar zu, dass dieser Einwand berechtigt ist, denn: "Uns geht's zu gut, wie sind satt. So satt wie man nur sein kann! Und wenn's so gut geht, dann könnte man denken, es geht immer so weiter." Doch schon im nächsten Satz mahnte er die im Saal anwesenden Arbeitgeber und Ressortleiter: "Die Arbeitnehmer der Zukunft, die müssen sie jetzt an sich binden"

Die Begründung blieb er nicht schuldig. Die disruptive Kraft von Amazon, Uber und Netflix werde vor dem Energiesektor, werde vor den kommunalen Unternehmen keinesfalls haltmachen. Die Konkurrenz, die auf digitalem Weg funktionierende und preiswertere Angebote mache, werde jedes klassische Stadtwerk in fünf oder zehn Jahren ausstechen, weil die Kunden zu diesem innovativen Angebot wechseln. Depiereux fragte folgerichtig: "Wie kann man mit bestehenden und neuen Kunden Digitalgeschäft machen?"

Im geschützten Raum zum Erfolg

Eine Ideenwerkstatt für Ideen zur Digitalisierung – die gebe es überall, so Depiereux, doch das nütze noch nichts: "Dann sind die Ideen da, und dann fragen alle: Was machen wir jetzt?" Das entscheidende sei die Umsetzung. Die Kunden müssten gefragt und angesprochen werden. Er rief den Zuhörern zu: "Besser nach wenigen Tagen scheitern als gar nicht erst probieren! Denn wenn's funktioniert, dann ist es ein Erfolg für ihr Unternehmen!" Scheitern sei erlaubt, die Umsetzung sein wichtiger als die Kontrolle.

"Designthinking" ist der Begriff, den Depiereux seinen Zuhörern nahebrachte. Er rät allen Unternehmen dazu, für die digitalen Strukturen einen "geschützten Raum" zu errichten, in dem experimentell gearbeitet werden kann. Den Vertretern gut laufender, wenig mit Digitalisierung befasster Unternehmen war ein wenig Erleichterung anzumerken, als er sagte: "Probieren sie die neuen Ideen nie im bestehenden Markt aus! Also nie in der Kernorganisation!"

Klares Nutzerversprechen

Der Digitalisierungsexperte riet dazu, die neuen Ideen in kleinen Einheiten testen. Auf die Stadtwerke-Vertreter gemünzt sagte er: "Nehmen sie eine Straßenseite, testen sie an einer einzigen Haltestelle, und geben sie dem Team, das testet, die Freiheit zum Scheitern!" Und wenn sich ein Erfolg einstelle, werde das Interesse schon kommen: "Die Kernorganisation muss sich für die Ideen begeistern, sie umsetzen, und dann ist man viel, viel schneller am Markt, als wenn noch Widerstände zu überwinden sind!"

Doch auch für die erste Umsetzungsphase sei noch ein geschützter Raum vonnöten, do Depiereux weiter. Erst wenn die Ergebnisse eines größeren Testlaufs die Geschäftsführung überzeugten, sei eine Umsetzung für ein ganzes Stadtwerk, für einen Konzern sinnvoll. Aber er mahnt auch an, dass Verzettelung vermieden werden müsse: "Keine Featuritis!" Wichtig sei ein klares Nutzerversprechen. „Erst, wenn sie das entwickelt haben, gehen sie in die Kernorganisation!“ So könne die Digitalisierung gelingen, ohne das bestehende und funktionierende Strukturen zerstört werden. (sig)