



Über 100 Teilnehmer kamen zur diesjährigen VEH-Mitgliederversammlung nach Überlingen am Bodensee.

Digitalisierung – ein Phänomen

Einen ganzen Verbandstag zum Thema Digitalisierung – geht das? Ja, und es wurde sogar eine vielseitige und interessante Veranstaltung, wie die diesjährige Tagung des Verbands für Energiehandel Südwest-Mitte (VEH) in Überlingen am Bodensee bewies.

In diesem Jahr trafen sich die Mitglieder des Verbands für Energiehandel Südwest-Mitte (VEH) am Bodensee – eine historische Kulturregion und Industriehochburg, die viel zu bieten hat, auch speziell für die Energiehändler. So heizt hier immerhin jeder zweite Haushalt mit Öl und innovative, mittelständische Unternehmen sind zukunftssträchtige Kunden für Energieprodukte aller Art.

„Die Chance der Branche besteht darin, die Zeichen der Zeit zu erkennen und genau die Angebote für den Markt bereit zu halten, die in den kommenden Jahren gefordert sind“, betonte der VEH-Vorsitzende Thomas Rundel zum Einstieg in die Tagung. Die wichtigsten Trends sind Energiewende, Klimaschutz und Digitalisierung.

„Dabei drängt die Zeit“, so Rundel. „Denn Deutschland wird seine Klimaziele für 2020 krachend verfehlen und bis zur nächsten Etappe 2030 bleiben nur noch 12 Jahre.“ Gleichzeitig ist die CO₂- und Kosten-Bilanz der von der Politik häufig als Prestige-Projekt betrachteten Energiewende verheerend. „35 Milliarden Euro zahlen die Verbraucher in Deutschland jährlich allein über den Strompreis als Subventionen für erneuerbare Energien, deren Nutzung uns dem Klimaschutzziel kaum nähergebracht hat“, rechnet Rundel vor. Überdies werde in ländlichen Regionen in Wärmenetze investiert, die heizölfreie Straßenzüge oder Ortsteile ermöglichen sollen. Die Effekte, die sich daraus ergeben, hält er indes für fragwürdig. Die Leitungsverluste sind

so groß, dass ein zusätzlicher Energiebedarf entsteht, statt einer Reduzierung. Restriktionen bei der Auswahl von Energieträgern, Heizsystemen oder in der Mobilität durch Vorschriften, die fast einer Enteignung gleichkommen, werden die Bereitschaft bei den Bürgern nicht fördern.

Um so ernster nimmt die Branche Energiewende und Klimaschutz. „Denn wir können Lösungen anbieten und wir müssen als Verband dafür sorgen, dass unsere Mitgliedsbetriebe zukunftsfähig aufgestellt sind. Wir werden an unserem Handeln gemessen“, betont Rundel. Bio-Heizöl, klimaneutrales Heizöl, der CO₂-Fußabdruck der Unternehmen, aber auch ein klimaneutraler Transport unserer Produkte sind dabei Bestandteile.



VEH-Vorsitzender, Thomas Rundel



Prof. Guido H. Baltes (IST Institut für Strategische Innovation & Technologiemanagement)

Von der Politik erwartet der VEH-Chef eine offene Haltung, wenn es um die Wahl der Energiearten beim Heizen und der Mobilität geht. „Wir lehnen die einseitige, politisch motivierte Förderung bestimmter Technologien ab. Wir machen uns stark für eine Energieversorgung die gleichzeitig nachhaltig, bezahlbar und sicher ist. Dazu brauchen wir einen breiten Mix aus zukunftsweisenden Energien, zu dem ganz klar erneuerbare flüssige Brennstoffe gehören. Die können langfristig eine klimaneutrale Perspektive schaffen für mehr als fünf Millionen Ölheizungen in Deutschland – von denen übrigens über ein Drittel im Verbandsgebiet des VEH stehen – und eine kostengünstige Mobilität vor allem unter Beibehaltung der bestehenden Infrastruktur, also auch des Energiehandels. Es gilt, die Politik davon zu überzeugen und uns aktiv in die öffentliche Diskussion einzubringen.“

Gleichzeitig werde die Digitalisierung der Branche einen grundlegenden Strukturwandel beschleunigen. Neue, intelligente Heizsysteme, smarte Lieferprozesse, noch ungeahnte Technologien, Automatisierung und Vernetzung bestimmen die Zukunft. Rundel ist sich sicher: „Wir im Energiehandel stehen vor komplett neuen Anforderungen. Und: Langfristig werden nur diejenigen erfolgreich bleiben, die die Chancen dieser Digitalisierung erkennen und nutzen.“

Was also lag näher, als auf der Tagung in Überlingen die Digitalisierung in den Mittelpunkt zu rücken – als gesellschaftlichen Prozess ebenso wie mit konkreten praktischen Vorschlä-

gen für die tägliche Arbeit der Unternehmen.

Exzessive Entwicklung

Als Sinnbild für die Ausmaße der Digitalisierung bediente sich Prof. Guido H. Baltes, Direktor des IST-Institutes für Strategische Innovation & Technologiemanagement, der bekannten Legende von den Ursprüngen des Schachspiels. Als Lohn für die gute Idee, wollte der Erfinder nur so viel Reis, wie sich ergibt, wenn man das erste Korn auf jedem weiteren Spielfeld – also 64-mal – verdoppelt. Am Anfang wächst die Menge nur wenig. Doch nach der Mitte entsteht schnell ein Reisberg, so hoch wie der Mount Everest. „Im Jahr 2006 befanden wir uns etwa in dieser Mitte. Und wer sich vergegenwärtigt, was in den vergangenen 12 Jahren an Neuentwicklungen entstanden ist (beispielsweise Twitter, Facebook, Smartphone, Dropbox, Music-Streaming, Android, die Hardware-Sektion von Amazon) und wie tiefgreifend diese unser gesamtes Leben verändert haben, der kann erahnen, was auf uns zukommen wird. Was in der Digitalisierung vor uns liegt, bewegt sich schlichtweg außerhalb unserer Vorstellungskraft“, so sein Fazit. Muss man davor nun Angst haben oder kann man es als Chance begreifen? Das ist eine Frage der Sichtweise, wie Baltes an verschiedenen Beispielen verdeutlichte. Fakt aber ist: Die Digitalisierung findet statt. Die Märkte und die Kundenwünsche verändern sich radikal und in immer kürzeren Zeitabständen. Wer sich dem verschließt, wird im Wettbewerb

bald keine Rolle mehr spielen. Wobei es gerade in einem eher klassischen, gegenständlichen Geschäft wie dem Heizölhandel noch lange neue und alte Strukturen berechtigter Weise nebeneinander geben wird. Die Aufgabe der Energiehändler ist es also, allen Kunden gleichermaßen gerecht zu werden, Bisheriges zu pflegen, zu optimieren sowie sehr Neues auszuprobieren und zu entwickeln. Das ist spannend. „Am besten, Sie verstehen es einfach positiv – als Ihre Chance. Dann ist die Möglichkeit am größten, dass es auch eine wird“, riet Baltes seinen Zuhörern.

Jetzt scheint es zu gehen

Die Praxis beweist, dass die These des Wissenschaftlers durchaus zutrifft. So sind Füllstands-Überwachungssysteme nicht neu. Brennstoffspiegel hat in den vergangenen Jahren immer wieder über verschiedene Lösungen und deren Möglichkeiten für den Heizölhandel berichtet. Neu aber ist die Tatsache, dass es jetzt im Zuge der Digitalisierung möglich ist, eine solche Technik auch im Privatkundenbereich flächendeckend in den Markt zu bringen.

Michael Draxler, zuständig für den Vertrieb des Oilfox-Systems bei LIV-T, sieht daher die Digitalisierung tatsächlich als Chance zur Kundenbindung und Generierung neuer Geschäftsmodelle im Energiehandel. Dabei gilt es analoge Hardware über Kommunikationsnetze mit digitalen Geschäftsmodellen zu verknüpfen und online verfügbar machen. Das geschieht über



Michael Draxler (LIV-T)



Christoph Seibel (Aries mobile)

Softwareplattformen, die die von den Kunden eingesammelten Daten organisieren und verarbeiten, um sie anschließend zur Analyse und weiteren Verwendung zur Verfügung zu stellen.

Für Draxler ist aus diesem Grund auch nicht die Hardware, in diesem Fall der „Oilfox“, der den Ölstand am Tank misst und an den Server schickt entscheidend, sondern der Datenservice. Entsprechend gestaltet sich das Preismodell von LIV-T: Die Hardware ist günstig, für die Verarbeitung der Daten wird eine monatliche Gebühr fällig. Ein von Handy-Verträgen weithin bekanntes Modell. „Durch die Verbindung Hardware – mobile Applikation – Aufbereitung in der Cloud, bekommen unsere Partner ein Portal zur Verfügung gestellt, über das sie nicht nur Informationen erhalten, sondern aus dem heraus sie den Kunden direkt ansprechen können, ihm so ein digitales Erlebnis schaffen, die Kundenbindung erhöhen und dies dazu nutzen, um aktiv über einen digitalen Kanal mit dem Kunden zu kommunizieren“, beschreibt Draxler die Vorteile.

Auch im Heizölhandel sind immer mehr Kunden über ihr Mobiltelefon ständig online, verfügen über zahlreiche Informationen zu den Produkten, können leicht Angebote vergleichen, sich Meinungen aus dem Internet ziehen und neigen eher zum Anbieterwechsel. Genau hier bietet „Oilfox“ dem Händler eine komfortable Lösung zur Kundenbindung.

Mit dem „Oilfox“ hat der Kunde ebenso wie sein Händler den Tankstand immer im Blick, sieht, wie viel er verbraucht und wann er wieder tanken muss. Ist der Preis günstig, kann er zu-

schlagen. Auf der anderen Seite weiß der Händler genau, wie es im Kundentank aussieht und kann seinen Kunden beraten, wann er am besten bestellen soll.

Genutzt wird das System schon von einer Reihe Unternehmen der Branche und das Interesse ist offenbar bei weiteren Firmen groß. Denn mit einem System wie dem „Oilfox“ kann der Händler bei vergleichsweise kleiner Startinvestition in die Hardware seinem Kunden einen besonderen, individuellen Service bieten und gleichzeitig seine internen Abläufe betriebswirtschaftlich optimieren.

Offline on sein

Wenn die Prozesse im Unternehmen dann noch von der Auftragserteilung bis zu Abrechnung komplett papierlos funktionieren, jeder immer genau weiß, wann die Heizöllieferung tatsächlich ankommt, so wie es bei Paketdiensten inzwischen üblich ist und sich die Verkäufer nicht mehr um Terminkoordination kümmern müssen, sondern sich auf die Kundenberatung konzentrieren können, dann ist der Heizölhandel auf dem richtigen Weg, meint zumindest Volker Martini, der Geschäftsführer von Aries mobile.

Das Besondere am Aries-System ist, dass alle diese Funktionen, sowie die reibungslose Kommunikation zwischen Tankfahrzeug und Büro, sowie die Tourenoptimierung samt Fahrzeugüberwachung nicht in dem Moment zusammenbrechen, in dem die Internetverbindungen abreißen. „Wenn heute die Verbindung weg ist, bleibt der Bildschirm im übertrage-

nen Sinne schwarz. Zumindest wissen Sie nicht mehr, was der Fahrer gerade tut, Mengenrückfassungen nach Ablieferung beim Kunden oder die Übermittlung von Zahlungsdaten sind nicht mehr möglich. Ebenso wenig das kurzfristige Reagieren, wenn an der Tour noch was geändert werden muss. Mit Aries läuft alles weiter. Sämtliche Endgeräte – ob das Tablet im Tankfahrzeug oder der Rechner im Büro. Arbeiten auch ohne Internetverbindung ohne Einschränkung. Sobald der Kontakt wieder besteht, synchronisiert sich das System automatisch im Hintergrund.“ Das versteht Aries-Erfinder und Entwickler Christoph Seibel unter dem Slogan „Offline on sein“. Und Seibel wartete in Überlingen noch mit einer ganz neuen Idee auf, die ebenfalls nur unter Nutzung der heutigen digitalen Möglichkeiten funktioniert: dem „Sondermengenverkauf“. Bleibt bei einer Tour, was nicht selten ist, eine Restmenge im Tankfahrzeug, wäre es für den Händler optimal, die noch ohne großen zusätzlichen Aufwand zu verkaufen. Deshalb können Aries-Nutzer nun über das Internetportal „Heizöl24“ Sondermengen einstellen. Kunden die zu einem bestimmten Zeitpunkt in einer begrenzten Region die angebotene Menge abnehmen, bekommen diese zu einem besonders günstigen Preis. Der Vorteil: Für den Händler sinkt der Aufwand, er erscheint im Internetranking kurzzeitig an bester Position, macht damit auf sich aufmerksam und dennoch ein gutes Geschäft.

Zwei Beispiele, welche neuen Geschäftsmodelle die Digitalisierung ermöglicht, die bei den Zuhörern gut ankamen. ◀ *HHManz*