

# energie

## spektrum

06  
2019  
34. Jahrgang

## Stromnetz

Teamarbeit: Netzbetreiber und Hersteller für Power Quality im E-Auto-Zeitalter

### Menschen

rku.it-Geschäftsführerin  
Simone Hessel im Interview

### Markt

Debatte um Quote für grüne Gase

### Digitales

Intelligente Lichttechnik für Straßen und Wege

## DOSSIER

### Digitale Fabrik

Im Trend: Die kluge Mischung von Energieeffizienz und Automatisierung

Seite 31 ▶▶▶

**UNTERNEHMEN** – Seit Februar ist Simone Hessel Geschäftsführerin des IT-Spezialisten rku.it in Herne. Was hat sie sich vorgenommen, welche Schwerpunkte setzt sie für das kommunale Unternehmen? Wir fragten nach.

# »INNOVATION IST HARTE ARBEIT«

**Frau Hessel, wo stehen die kommunalen Energieversorger beim Thema Digitalisierung? Und wo müssen sie in Zukunft stehen?**

Simone Hessel: Digitalisierung hat nur sehr wenig mit der Technologie an sich zu tun. Es ist ein viel weitreichenderes Thema. Die Herausforderung liegt darin, die Menschen in den jeweiligen Unternehmen mitzunehmen.

Dabei ist es fast egal, ob es sich um einen Energieversorger handelt oder um ein IT-Unternehmen, wie wir als rku.it GmbH es sind.

Denn die Digitalisierung ist eine Veränderung mit kulturellem Aspekt. Wie gestalten wir die Zusammenarbeit? Wie wird Wissen geteilt? ▶

## Simone Hessel

- › Seit Februar Geschäftsführerin rku.it GmbH
- › Zuvor war Hessel unter anderem bei General Electric tätig, zuletzt als Vice President Marketing & Digital Transformation
- › Hessel studierte Wirtschaftsingenieurwesen in Karlsruhe und Paris

hd

VITA

Bildrahmen: Elena - stock.adobe.com | Bild: joerg.petry - jp.fotografie



Macht man alles selber oder setzt man, zum Beispiel bei der Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle oder bei der Reduktion von Komplexität durch Prozessautomation von Standard-Backoffice-Tätigkeiten, auf Partnerschaften? Das sind nur einige der Fragen, die sich jedes Unternehmen im Rahmen der Digitalisierung stellen muss. Insbesondere Energieversorger.

**Sie haben früher unter anderem für ein US-amerikanisches Unternehmen gearbeitet. Das heißt, Sie haben viele unterschiedliche Branchen kennengelernt. Hilft Ihnen das bei der Frage der Standortbestimmung der Energiewirtschaft?**

In den vergangenen Monaten ist mir bewusst geworden, dass sicherlich an der einen oder anderen Stelle

Veränderungspotenzial besteht. Dabei meine ich konkret, dass Geschäftsmodelle und Prozesse kundenorientiert gestaltet werden müssen. Wie kann ein Stadtwerk über datengenerierte Aspekte oder über datenzentrierte Möglichkeiten einen Kundenmehrwert schaffen?

Bei datenzentrierten Geschäftsmodellen sind unsere Kunden aus der energieverorgenden Branche – wie viele andere Unternehmen auch – noch auf dem Weg. Einige Industrien sind bereits ein Stückchen weiter. Aber die Versorgungswirtschaft hat ein extrem gutes Potenzial, das es zu heben gilt.

**Als Beispiele für datenzentrierte Geschäftsmodelle gelten etwa Sektorkopplung beziehungsweise Bündelprodukte. Einige Stadtwerke machen das schon.**

Sektorenkonvergenz in einer größeren Definition ist ein wichtiger Faktor für Stadtwerke. Einige unserer Kunden haben bereits Bündelprodukte entwickelt, mit denen sie für ihre Endkunden unter anderem Strom- und Telekommunikationsangebote kombinieren. Das ist ein gutes Beispiel dafür, wie man in der Gestaltung neuer Geschäftsmodelle auf datenzentrierte Möglichkeiten zurückgreifen und erste Schritte wagen kann.

Allerdings können wir hier in Deutschland aufgrund unserer strengen Datenschutzbestimmungen noch nicht wirklich Daten untereinander austauschen und vernetzen.

Dies könnte beispielsweise genutzt werden, um die Verkehrswende mit der Energiewende zu verbinden. Das funktioniert im Augenblick noch nicht richtig. Aber es gibt bereits gute Ansätze.

Auch in unserem Unternehmen führt kein Weg an der Automatisierung von Prozessen vorbei. Sie ist wichtig, um im Wettbewerb zu bestehen und dem demografischen Wandel zu begegnen. Eingefahrene Prozesse lassen sich nicht allein durch die Rekrutierung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern abfedern. Ein automatisiertes Vorgehen lässt uns Prozesse besser gestalten, und es eröffnen sich neue Möglichkeiten.

**Wie kann ein Stadtwerk über datengenerierte Aspekte Kundenmehrwert schaffen?**

Simone Hessel  
rku.it

**Ein Unternehmen muss immer schauen, wohin die Entwicklung geht und wie es am Markt erfolgreich sein kann. Vertraut man zu wenig auf den Markt oder vertraut man zu viel auf den Markt, was diesen Transformationsprozess angeht?**

Ohne einen Markt für mein Angebot wird es schwierig. Es muss einen Markt für mein Produkt geben. Zwar gibt es berühmte Beispiele für disruptive Produkte, die den Markt im Sturm erobert haben, wie beispielsweise das Smartphone. Nichtsdestotrotz gilt: Fehlt die Akzeptanz des Kunden, so wird es sehr schwierig für mich, am Markt erfolgreich zu sein.

Aufbauend auf dieses Wissen ergibt sich daraus für Unternehmen eine andere Art zu arbeiten. Indem man sich iterativ und in engem Austausch mit dem Kunden an neue Produkte und letztendlich an den Markt herantastet, erfahren Unternehmen, ob sie sich in der Produktentwicklung in die richtige Richtung bewegen.

Hier sind die sogenannten Learning Loops ein hervorragendes Mittel, um hilfreiches Kunden-Feedback zu erhalten. Das ist zwar ein sehr langwieriger und kleinteiliger Prozess. Er führt aber im Ergebnis zum Erfolg.

An dieser Stelle finde ich ein Zitat von Thomas Edison sehr passend: »Ich habe nicht versagt. Ich habe mit Erfolg zehntausend Wege entdeckt, die zu keinem Ergebnis führen.« Erfolg kommt nicht über Nacht, sondern ist ein iterativer Prozess. Innovation ist harte Arbeit.

**Im November veranstaltet das Unternehmen erstmals den Kongress Inside. Der Fokus ist bewusst breit angelegt. Neben der Energiewirtschaft sind Experten aus dem Gesundheits- und Finanzwesen sowie von Amazon eingeladen. Was gibt es zu sehen, wenn man über den Tellerrand blickt?**

Wir wollen Impulsgeber sein. Ich hatte vorhin die Sektorenkonvergenz angesprochen. Dabei geht es zum Beispiel darum, was für mich als Bewohner einer Stadt oder Region die Lebensqualität ausmacht. Öffentliche Verkehrsmittel, das Thema Wohnen, städtische Versorgungsprozesse, Gesundheitsmanagement und Gesundheitsnetzwerke sind in unser aller Leben präsent und nur einige Beispiele. Die Liste lässt sich beliebig erweitern, je nachdem welche Bereiche von jedem Einzelnen für seine individuelle Lebensqualität in einer Region oder in einer Stadt als wichtiger oder weniger wichtig erachtet werden.

Unternehmerisch betrachtet bietet dies eine große Chance und hat das Potenzial für Veränderung, für einen »Change«. Daher auch das Motto des diesjährigen Inside Kongresses. Denn die angesprochenen verschiedenen Bereiche werden zukünftig wesentlich stärker miteinander vernetzt und enger zusammenarbeiten.

Die Bewohner einer Stadt werden die Services aus den unterschiedlichen Sektoren weiterhin täglich nutzen.

Aber warum sollten kommunale Prozesse wie das Anmelden nach einem Umzug oder der Antrag eines Personalausweises nicht auch digital möglich sein? Das gilt auch für das morgendliche Aufstehen und den

Weg zur Arbeit. Das heißt, wenn in Zukunft der »verknüpfte« Wecker klingelt, dann müsste der Energieversorger wissen, wann man Wasser und wann man Strom für Licht und die Kaffeemaschine benötigt und so weiter.

Das kann so weit gehen, dass schließlich das selbstfahrende Auto vor meiner Haustür vorfährt oder mein Provider mir mehr Datenvolumen zur Verfügung stellt, wenn ich im Homeoffice arbeite. Eigentlich lässt sich das Ganze unter dem Aspekt Smart Life in einer Smart City oder Smart Region zusammenfassen. Mit Inside nehmen wir unsere neue Rolle als Digitalisierungsbefähiger für

Stadtwerke, Verkehrsunternehmen oder Kommunen wahr. Der Kongress soll den aktiven Austausch dieser Sektoren untereinander und mit technologischen sowie innovativen Unternehmen fördern.

**Frau Hessel, Sie sind seit Februar 2019 Geschäftsführerin. Wie lautet Ihre erste Bilanz, und welche Schwerpunkte sind Ihnen wichtig?**

Unsere Gesellschafter haben mir den Auftrag mitgegeben, das Unternehmen vom IT-Dienstleister in einen Digitalisierungsbefähiger zu wandeln. Das ist eine spannende und herausfordernde Aufgabe. Wir sind auf einem guten Weg: Derzeit bauen wir eine eigene IT-Plattform der Zukunft auf, mit der sich die Komplexität von Basisprozessen reduzieren lässt.

In Zukunft wird man diese automatisiert ausführen können. Im ersten Halbjahr 2019 haben wir mit SAP einen Vertrag zur Einführung von SAP S/4/HANA abgeschlossen. Das wird die Basis sein für die neue IT-Plattform. Zukünftig fokussieren wir uns mit sogenannten Premium-Services und in einer Innovationsschicht darauf, das Digitalisierungspotenzial bei Versorgern, dem ÖPNV oder Städten zu heben.

**Wenn man wie Sie in so eine Verantwortung als Geschäftsführerin kommt, ist die Motivation automatisch hoch. Die Arbeitstage sind erfahrungsgemäß lang, gerade am Anfang – geht dies mit deutlichen Abstrichen der Work-Life-Balance einher?**

Ich war in meinem vorherigen Job die ganze Zeit international

unterwegs. Jetzt sind die Wege kürzer. Ich genieße es sehr, Dienstreisen mit dem Auto oder dem Zug machen zu können. Dadurch spare ich sehr viel Zeit.

Insofern habe ich trotz der langen Arbeitstage einen absoluten Zugewinn in meinem Privatleben. Zudem bedeutet Work-Life-Balance für mich, dass ich durch Zufriedenheit und durch Erfolg im Beruf – auch mit kleinen Schritten – mit einem guten Gefühl in den Feierabend und ins Wochenende gehen kann.

hd

[www.rku-it.de](http://www.rku-it.de)