

**Michael Paulus**

Bereichsleiter Technik und
Berufsbildung beim VSE
michael.paulus@strom.ch

Responsable Technique et
Formation professionnelle de l'AES
michael.paulus@electricite.ch

Digitalisierung vermessen

Was verstehen Sie unter Digitalisierung? Und wo befinden Sie sich in diesem Prozess? Dies sind für jede Strategiefindung zentrale Fragen. Die Plattform digital.swiss will eine Antwort darauf geben. Mit Hilfe von Messgrössen wurde per Ende Juni 2017 zum zweiten Mal der nationale Stand der Digitalisierung in 15 Themenfeldern erfasst. Der VSE führt mit einem Team von Experten von Energieversorgern, Herstellern und Hochschulen das Themenfeld Energie. Das Ergebnis zusammengefasst: Der Stand der Zielerreichung der Digitalisierung in der Schweiz ist im letzten Jahr von 43 % auf 45 % gestiegen; die Energie bewegt sich im Durchschnitt der Sektoren.

Spannender als die Zahlen sind aber konkrete Aussagen aus den Umfragen. So glauben rund 60 % der Schweizer, dass smarte Technologien wichtig seien, um die Energiewende zu erreichen. Gleichzeitig zeigt sich aber, dass heute die wenigsten Haushalte ihren Stromverbrauch in Echtzeit selbst einsehen können oder gar eine «Smart Home»-Lösung zur Steuerung von Geräten einsetzen. Warum klaffen das Verständnis für die Notwendigkeit solcher Lösungen und die tatsächliche Anwendung so weit auseinander? Ist der Nutzen für den Kunden noch nicht klar genug erkennbar? Steht die Angst vor einem Datenkraken einer grösseren Verbreitung im Weg – oder sind es die hohen Kosten? Ist einfach der richtige Zeitpunkt noch nicht gekommen? Eine Antwort erhalten wir nur, wenn wir den Kunden konkrete Angebote machen, lernen, wie sie darauf reagieren, um das Angebot gezielt weiterzuentwickeln. So wächst auch die Wahrscheinlichkeit, dass wir dann zum richtigen Zeitpunkt mit dem richtigen digitalen Produkt am Markt sind.

Die Umfrage zeigt auch, dass über 60 % der Befragten die Digitalisierung als Chance sehen. Rund ein Drittel erachtet sie hingegen als Gefahr für Wirtschaft und Gesellschaft und will sogar, dass klassische Dienstleister vor disruptiven Geschäftsmodellen geschützt werden. Artenschutz hilft aber höchstens während einer Übergangszeit – die Digitalisierung wird weder an Landesgrenzen noch vor einzelnen Branchen Halt machen. Risiken im Auge behalten, aber vor allem Chancen ergreifen, um die Bedürfnisse von Kunden zu erfüllen – das muss unser Anspruch sein. Denn eine weitere wichtige Frage rund um die Digitalisierung lautet: «Wie lange haben wir noch Zeit?»

Mesurer la digitalisation

Qu'entend-on par «digitalisation»? Et où vous situez-vous dans ce processus? Voilà des questions essentielles à toute élaboration de stratégie. La plate-forme digital.swiss entend y apporter des réponses. À l'aide d'ordres de grandeur, l'état de la digitalisation à l'échelle nationale a été répertorié fin juin 2017, pour la deuxième fois, pour 15 champs thématiques. L'AES se charge du thème de l'énergie avec une équipe de spécialistes venant des fournisseurs d'énergie, des producteurs et des hautes écoles. Résumé des résultats: l'année dernière, la réalisation des objectifs de la digitalisation en Suisse est passée de 43 % à 45 %; l'énergie se situe dans la moyenne des secteurs.

Cependant, les affirmations concrètes issues des sondages sont bien plus intéressantes que les chiffres. Ainsi, environ 60 % des Suisses pensent que les technologies intelligentes sont importantes pour concrétiser la transition énergétique. Parallèlement, on voit toutefois qu'aujourd'hui, une minorité de ménages peuvent prendre eux-mêmes connaissance de leur consommation d'électricité en temps réel, voire utilisent une solution «Smart Home» pour piloter leurs appareils. Pourquoi un tel écart entre le fait de comprendre la nécessité de telles solutions et l'application effective? L'utilité pour le client n'est-elle pas encore suffisamment identifiable? La peur d'une «pieuvre avide de données» s'oppose-t-elle à une diffusion plus large – ou les coûts élevés sont-ils en cause? Ou bien le bon moment n'est-il pas encore venu? Nous n'aurons de réponse que si l'on fait des offres concrètes aux clients et que si l'on observe comment ils y réagissent afin de continuer à développer l'offre de manière ciblée. Il sera ainsi également plus probable que nous puissions pénétrer le marché au bon moment, avec le produit numérique approprié.

Le sondage montre aussi que plus de 60 % des personnes interrogées voient la digitalisation comme une opportunité. Environ un tiers d'entre elles la considèrent en revanche comme un danger pour l'économie et la société et souhaitent même que les prestataires de services classiques soient protégés contre les modèles de marché disruptifs. Toutefois, la «protection des espèces» n'aide que pendant une période transitoire, tout au plus – et la digitalisation ne s'arrêtera pas à la porte du pays, ni à celle de certaines branches. Ne pas perdre les risques de vue, mais surtout saisir les opportunités de répondre aux besoins des clients, voilà ce à quoi nous devons prétendre. Car, autre question importante concernant la digitalisation: «Combien de temps avons-nous encore devant nous?»