

Keine Antwort bitte ...

Wird Smart Metering überschätzt, wenn es ums Energiesparen geht?

Wenn man die Betrachtung rein auf den Zähler und die dazugehörigen Technologien beschränkt, lautet die Antwort ganz klar: Ja! Denn ein Smart Meter ist in erster Linie ein »dummes« Messgerät, ähnlich wie eine Körperwaage oder ein Fieberthermometer.

Auch ein Smart Meter stellt lediglich Messdaten zur Verfügung. Die erzielbaren Effekte liegen in der Awareness, also in der Bewusstseinsbildung,

sein Verbrauchsverhalten negative Folgen hat, sondern erst im Nachhinein. Damit sind auch die Lerneffekte absolut begrenzt.

Die Kunden sehen zudem in einer Weitergabe ihrer Daten an den Netz- oder Messstellenbetreiber Übergriffe in ihre Privatsphäre. Daher kann die notwendige Awareness nur durch ein Smart Metering geschaffen werden, das den einzelnen Kunden in den Fokus rückt und das Informationen in Echtzeit zur Verfügung stellt. Beim »User Centered Smart Metering« werden

die Energiedaten hochaufgelöst beim Kunden gespeichert.

Der Kunde gibt dann die Informationen für die Weiterverarbei-

Wenn die Einsparungen zu gering ausfallen, so liegt das nicht an den Zählern selbst.

die man damit forcieren kann. Wenn die sichtbaren Einsparungen zu gering ausfallen, so liegt das nicht an den elektronischen Zählern selbst, sondern vielmehr an den nachgeschalteten Systemen, die eben dieses nachhaltige Bewusstsein schaffen müssen.

Dies gelingt nicht über zentralistische Systeme, in denen die Verbrauchsdaten massenhaft aggregiert und ausgewertet werden, um diese dann wieder zum Kunden zurückzuspiegeln. Denn auf dieser Strecke geht wertvolle Zeit verloren. Der Kunde merkt nicht unmittelbar, dass

er selbst entscheidet, welche Daten in welcher Frequenz von wem genutzt werden dürfen.

Nur so rückt der Kunde in das Zentrum neuer Geschäftsmodelle, die vor allem eines mit sich bringen müssen: Einen spürbaren Mehrwert und damit einen echten Anreiz, vernünftig mit Energie umzugehen.

Ob dies nun in Automatismen wie etwa der Regelung dezentraler Erzeuger oder Verbraucher im Haushalt erreicht wird oder durch attraktive Gimmicks in Form von Apps auf dem Smart-

phone oder dem Tablet: das wird am Ende der Markt entscheiden.

In jedem Falle kann die Technik nur unterstützen, für tatsächliche Einsparungseffekte entscheidend bleiben die Bewusstseinsbildung und die Akzeptanz der Menschen.



Dr. Christoph Schaffer
Geschäftsführer
Ubitronix System Solutions

kompet

Energie

10

ER

Um in Sachen Klimaschutz, zu können, denken wir Erdgasmarktes, überprüfen unser A wie effizienten Produkten so

Für diese Sicherheit gibt WI In Deutschland. In Europa. U

Neugierig? Erfahren Sie m

flexibel

Leiden

ERDGAS