

Editorial



„Lachen ist ein Ausdruck relativer Behaglichkeit.
Der Franzel hinterm Ofen freut sich der Wärme umso
mehr, wenn er sieht, wie sich draußen der Hansel in
die rötlichen Hände pustet.“ Wilhelm Busch (1832-1908)

Was möchte uns Wilhelm Busch damit, pünktlich zum Start der Heizsaison, eigentlich sagen? Wir wagen an dieser Stelle mal einen vorsichtigen Interpretationsversuch: Da gibt es offensichtlich eine Seite, die privilegiert daherkommt. Und da gibt es eine andere Seite, die so gar keinen leichten Stand hat im Leben. Während der eine innen wohlgenährt und froh ist, schaut der andere von außen nur zu. Nur Zuschauer zu sein, das ist fast immer schlecht. Obendrein noch ein frierender Zuschauer zu sein, das ist im Grunde der GAU. Das wünscht man doch keinem. Schon gar nicht zum Start der Heizsaison.

Lassen Sie uns dieses Bild des „passiv Zuschauens und aktiv Mitmischens“ deshalb nun hineintransferieren in unsere Heizungswelt. Wer jetzt aber annimmt, dass die Heizungswelt gewärmt hinterm Ofen sitzt (sprich: den „Franzel“ verkörpert), nimmt aber leider falsch an. Im folgenden Transfer schaut die versammelte Heizungswelt nämlich leider (noch) zu: Denn er katapultiert uns hinein in die dynamisch gebogene – ja: instationäre – Welt der LED-TVs und des geselligen Entertainments. Die „Franzels“ jener Welt wärmten sich bekanntlich jüngst im Rahmen der **IFA**, Berlin, hinter den bullernden Öfen des privaten Konsums. Und wer schaute zu, wer beobachtete (frierend) von außen?

Richtig. Der „Heizungs-Hansel“. Dokumentiert ist das Ganze in einer aktuellen Studie vom **eco – Verband der Internetwirtschaft** e.V. und den Marktforschern der **Arthur D. Little** GmbH mit dem Titel „Der deutsche Smart-Home-Markt 2017-2022; Zahlen und Fakten“. Hier ist zu lesen, dass innerhalb dieses Marktes die Disziplinen Energiemanagement sowie Licht- und Fenstersteuerung den größten Umsatzblock stellten (2017: ca. 60%). „Vor allem das Streben nach Energieeffizienz ist dabei als maßgeblicher Treiber zu nennen“, begründet die Studie (S. 15). Blöd nur, dass die Heizungswirtschaft als solche gar keine Rolle in dieser Abhandlung spielt. Seite 11 macht das Dilemma deutlich: Hier werden als „Stakeholder“ im Kernsegment Energiemanagement zum Beispiel auch Haushaltsgerätehersteller genannt. Die Hersteller der eigentlichen Effizienzmaschinen fehlen komplett. Traut man der Heizungswirtschaft als potentiellen (und potenten) „Stakeholder“ nichts zu? Eine Antwort darauf zu finden, ist mühselig. Die generelle Aufgabe ist aber klar: Sesam-Heizungsmarkt, öffne dich – endlich (vgl. Editorial, HeizungsJournal 11/2016)!

Mehr Informationen zur Studie finden Sie auf www.heizungsjournal.de:
<https://tga.li/psw>

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'J. Gamperling'.

Jörg Gamperling