



SHK-Welt steht am technologischen Scheideweg

Wenn es noch eines weiteren Beleges bedurfte hätte, so wurde er in diesem Jahr auf der **ISH** erbracht: Die SHK-Branche steht vor einem epochalen (Technologie) Wandel. Die Digitalisierung und Konnektivität, vor Jahren noch das Spielfeld weniger ausgesuchter Freaks, ist in der Breite angekommen (siehe auch Artikel ab Seite 12 **ISH Nachlese** bzw. 32 **Pumpen**).

Erschreckend ist in diesem Zusammenhang aber die extrem unterschiedliche Qualität, in der die Digitalisierung bei den einzelnen Unternehmen stattfindet. Bis zu einem bestimmten Punkt lässt sich zwar relativ einfach und nachvollziehbar erklären, warum ein Hersteller in Sachen Digitalisierung Zurückhaltung übt. Die Aufwendungen für elektronische Steuerungen und deren Programmierung, für Schnittstellen und Apps, sind in der Regel immens. Vor allem, wenn es um ein breit aufgestelltes Programm geht. In vielen Fällen sind es aber auch weniger eben diese Kosten als vielmehr fehlende strategische Weichenstellungen, die den Schritt in die digitale Zukunft massiv blockieren!

Es ist sicherlich richtig, dass nicht jedes Zapfventil, jede Pumpe oder jeder Brauchwassertank über einen eigenen Internet-Zugang vernetzt sein muss. Aber es sollte schon klar sein, dass das Internet der Dinge letztlich vor nichts (und niemandem) Halt machen wird. Vor kleinen und kleinsten Installationskomponenten genau so wenig wie vor traditionsreichen oder großen Namen. Denn feststellbar war auch: Es sind nicht nur die „Underdogs“, die bei diesem Thema zögerlich auftreten. Es sind genauso große, die entweder das digitale Potenzial ihrer Produkte noch gar nicht sehen – oder die interessanterweise auf eine verbindliche Durchsage warten, welche Technologie, welches Daten-Protokoll sich am Ende des Tages als Branchenstandard etabliert, um dann mit möglichst geringem „Entwicklungsirrtum“ gleich auf das richtige Pferd zu setzen...

Das mag clevere gedacht sein, zielführend ist es nicht. Denn die Branche ist am Scheideweg und erzwingt mittlerweile auf der Wertschöpfungskette hin zum Endkunden eine klare Positionierung. Und wenn der jeweilige Hersteller es nicht selbst tut, so übernimmt das die Generation der kommenden Häuslebauer für ihn. Also die Generation derer, für die Siri, Alexa oder Cortana keine flüchtigen Spielkameraden aus dem Sandkasten sind, sondern konkrete Unterstützung im ganz normalen Wahnsinn des technologisch hochgerüsteten Alltags.

Grüßt Sie ganz analog

Ihr

Eckhard Martin