



Daten, Daten, Daten – aber keine digitale Medienkompetenz?!

Die Welt der Haustechnik wird digital. Heißt es allerorten. Auch wir von der Redaktion des SanitärJournals stoßen immer wieder in dieses Horn. In der vorliegenden Ausgabe besonders laut (ab S. 35). Genau wie auf der Marktseite die Hersteller, die mit Apps, interaktiven Websites oder intelligenten Steuerungen ihre Produkte und Systeme aufwerten – und hoffen, damit auf das Smartphone, das Laptop oder zumindest das zur GA gehörende Interface des Endkunden zu gelangen.

Da könnte man dann, so die Visionäre, irgendwann irgendwelche Daten abgreifen und auswerten und verwerten und so in F+E immer besser werden. Natürlich ganz im Sinne des Anwenders. Die Ingenieurinnen und Ingenieure sehen jede Menge Entwicklungs-, ihre KollegInnen aus Marketing und Verkauf nicht minder viel Vermarktungspotenzial.

Architekten, Investoren, Fachplaner und Betreiber wiederum setzen ganz auf digital durchlaufende Datensätze, weil sie sich davon schlankere Abläufe, weniger Koordinierungsaufwand, mehr Flexibilität und letztlich insgesamt mehr Wirtschaftlichkeit (vulgo: eine höhere Rendite!) versprechen.

Wie mit digitalen Daten, mit über das Web kommenden Informationen umzugehen ist, ist in unseren Schulen ein genauso großes Thema. „Medienkompetenz“ heißt das da, mit dem Appendix „digitale“. Um nur keinen Irrtum aufkommen zu lassen, worum es geht – auch wenn man im Unterricht in den meisten Fällen noch mit Videorekorder und Overhead-Projektor arbeitet...

Aber: Wie sieht es eigentlich in unseren Unternehmen aus? Nicht bei den Präsentationstechnologien. Da sind zumindest die Hersteller mit Beamer, Whiteboard u.ä. durchweg auf einem hervorragenden Stand. Sondern im Alltag, bei Standardprozessen wie der Funktion „entgangene Anrufe“ auf dem VOIP-Telefon? Oder bei den Mails, die eine Handlungsnotwendigkeit beinhalten? Oder den automatisch generierten Kontaktformularen, die ein Interessent beim Besuch der Homepage ausfüllt?

Auch der Umgang mit diesen Kommunikationssträngen ist eine Facette „digitaler Medienkompetenz“ – die sich durch den tagelang nicht erfolgenden Rückruf, das wochenlange Liegenlassen von E-Mails oder dem schlichten Ignorieren des Webgestützten Kontaktversuchs häufig genug leider ganz von allein ausgesprochen schlecht bewertet...

Meint Ihr

Eckhard Martin