

Grafik: IMS

Die Vernetzung geht weit über die Grenzen des Hauses hinaus.

Interview: Intelligentes vernetztes Haus – Technik und Vermarktung



Dr.-Ing. Viktor Grinewitschus, Leiter des »inHaus-Zentrums für intelligente Haussysteme« beim Fraunhofer-Institut IMS Duisburg

Die Attraktivität eines Wohnhauses definiert sich nicht nur über die Architektur, sondern auch über die Funktionalität. Trends wie die Alterung der Bevölkerung, die Notwendigkeit zur Energieeinsparung oder die Nutzung der Multimedia-technik erfordern neue spezielle Konzepte für das Wohnen, die aus einer gewerkeübergreifenden Zusammenarbeit der Beteiligten resultieren. Intelligente Lösungen können für die Renovierung im Bestand einen zusätzlichen Investitionsanreiz liefern und so für die Wiederbelebung der Bauwirtschaft sorgen. Darüber sprachen wir mit Dr. Viktor Grinewitschus während des e/home-Kongresses im September in Berlin.

Herr Dr. Grinewitschus, unsere Gesellschaft erlebt derzeit enorme Veränderungen, die sich auch auf die Technikausstattung des privaten Wohnumfelds auswirken werden. Welche sind das?

Da sind zu nennen: die Alterung der Gesellschaft, neue Arten des Lernens, die Verbindung von Wohnen und Arbeiten, der Zugang zu Informationen über das Internet, die Kostendämpfung im Ge-

sundheitswesen, Steigerung der Energiekosten und das gestiegene Sicherheitsbedürfnis der Bevölkerung.

Welche Folgen werden daraus resultieren?

Das wird zur Folge haben, dass die Informationstechnik künftig immer stärker in den privaten Haushalt einziehen muss, um die genannten Themenfelder zu bewältigen. Damit verbunden wird es Änderungen in der Arbeitsweise von Architekten und Bauherren, Planern und Errichtern geben, sowie in den Vermarktungsstrukturen und im Dienstleistungsbereich, der neue Dienste nur in entsprechend ausgestatteten Gebäuden wirtschaftlich anbieten kann.

Das Wachstum im Bereich Home Automation ist bisher aber hinter den kühnen Erwartungen zurückgeblieben. Woran liegt das?

Um das alles zu bewältigen, werden viele Bereiche eng miteinander zusammenarbeiten müssen. Das ist der springende Punkt. Beim Erschließen dieses komplexen Marktes kommt es auf das Zusammenspiel aller Beteiligten

ten an. In den Bereichen Home Automation und Multimedia ist eine Konvergenz der Technologien zu beobachten, die sich auch im Zusammenwirken der »Macher« niederschlagen muss. Isolierte Vorstöße in einzelnen Bereichen verpuffen schnell, da so keine komplexe Wertschöpfungskette aufgebaut werden kann.

? **Das heißt, Systemintegratoren müssen her, um das Geschäft zu koordinieren. Wer kann diese Rolle ausfüllen?**

Eine wichtige Frage. Wer soll die Systeme anbieten und verkaufen, wer planen und installieren? Derzeit erfordern Systemlösungen die Mitarbeit von Ingenieuren, da die Funktion der Automatisierungs-Lösungen letztlich durch umfangreiche Software entsteht. Ziel muss es sein, die Produkte und Installationsverfahren so zu vereinfachen, dass diese Aufgabe bei Elektrohandwerkern angesiedelt werden kann, die ja schließlich die Anlagen errichten.

? **Auf dem e/home-Kongress haben Sie weitgehende Änderungen beim Umgang mit vernetzbaren Produkten gefordert. Welche wären das?**

Für die breite Markterschließung ist eine bessere Abstimmung der Produkte untereinander erforderlich, um die Komplexität zu reduzieren. Derzeitige Vertriebskonzepte verhindern manchmal durchgreifende Lösungen, da jeder sein System verkaufen will und damit der Zugriff auf andere quasi versperrt ist. Erforderlich ist auch eine schärfere Trennung zwischen dem ingenieurtechnischen und dem handwerklichen Teil der Leistungen. Und nicht zuletzt müssen modernste Technologien für Installation und Wartung eingesetzt werden. Leider ist in weiten Teilen des Elektrohandwerks eine fehlende Fach- und Vertriebskompetenz zu beklagen und außerdem oftmals ein fehlendes Interesse bei den Architekten.

? **Was schlagen Sie vor, um das zu ändern?**

Es müssen herstellerübergreifende Anwenderlösungen her und »best-prac-

tice«-Beispiele, mit deren Hilfe die Markterschließung vorangetrieben wird. Sehr wichtig ist das Endkundenmarketing, d. h. potenzielle Kunden müssen intensiv über mögliche Anwendungslösungen informiert werden. Nur mit Wissen über die Existenz marktreifer Technologien und Produkte wird sich auch eine Nachfrage danach einstellen. Dafür benötigen wir Info-Points und qualifizierte Betreuung von Bauherren, so wie wir es jetzt in Duisburg mit dem inHaus-Zentrum und der Fraunhofer-Ausgründung, der inHaus-GmbH, geschaffen haben.



? **Genauer betrachtet gibt es derzeit zwei Märkte, die sich unterschiedlich entwickeln, den der Heimautomation und den der Consumer Electronics (CE). Wo sehen Sie Unterschiede und Gemeinsamkeiten?**

Das intelligente Heim vernetzt vorrangig die Haustechnik und ist auf dem Wege zum Massenprodukt, aber noch nicht massenmarktreif. Die vernetzte CE dagegen ist seit langem im Massenmarkt und erlebt z. Z. durch die Digitalisierung einen weiteren großen Schub. Beide müssen zusammengeführt werden, da sie mit der durchgängigen Digitalisierung technisch ohnehin zusammenwachsen. Man wird zunehmend Automatisierungs- und Multimedia-Technik miteinander kombinieren und vernetzen, neue vereinfachte Bedienmöglichkeiten schaffen, wie z. B. die Steuerung der Haustechnik über das vertraute TV-Gerät. Aus der Kombination beider Ansätze werden sich mit Sicherheit auch ganz neue Anwendungen ergeben.

? **Welche sind jetzt schon zu erkennen?**


Deutlich ist die Konvergenz von Unterhaltungselektronik und PC-Welt, die Entwicklung von Wireless-Technologien für die Vernetzung unterschied-

lichster Geräte (WLAN, Bluetooth, ZigBee...), Content-Austausch mit standardisierten Datenformaten, Nutzung mobiler Geräte für Bedienung und Kommunikation usw. Technisch vorstellbar ist ganz vieles, das kann ich

hier gar nicht alles aufzählen. Aber all dies muss auch einen Markt finden. Gegenwärtig zeigt sich, resultierend aus den anfangs genannten gesellschaftlichen Entwicklungen, ein steigen-

der Bedarf für neue Services, z. B. für Edutainment-Anwendungen und Gesundheits- und Betreuungsdienste. Denken Sie nur an den Hausnotruf, wo ein jährlicher Zuwachs von 15 ... 20% zu verzeichnen ist. In Kombination mit Bewegungsmeldern etc. entwickeln sich diese Systeme zum Service-Ruf. Im Internet entstehen Teleservice-Portale, die zur Senkung der Gesundheitskosten und zur Sicherheit beitragen (Telemedizin, Telesecurity). Und im »in-Haus« forschen wir aktuell an Themen wie elektronisches Rezept, Medikamenten-Lieferservice, elektronische Gesundheitskarte etc.

? **Das vernetzte Zuhause ist ein Wachstumsmarkt, von dem wohl vor allem die Begüterten profitieren werden, oder?**

Das könnte auf den ersten Blick so erscheinen. Einen großen Einfluss auf die Entwicklung des Wohnungsbestandes hat aber die Wohnungswirtschaft, die auch auf die skizzierten Veränderungen der Gesellschaft reagieren muss. Wir starten gerade einen großen Pilotversuch, ein »best-practice«-Beispiel, gemeinsam mit der »Hattinger Wohnstättengenossenschaft e.G.«, dem Fraunhofer-ISST und dem ZTG Krefeld in Hattingen Süd, wo Anwendungslösungen im Wohnungsbau, Facility-Management, Health Care und Multimedia-Anwendungen erprobt werden. 

■ (Es fragte Wolfgang Rönspiess)