

Die totale Vernetzung: Was macht wirklich Sinn und wie sieht die Zukunft aus?

Interview mit Olaf Schindler, Geschäftsführer VREEDA

VREEDA hat sich zum Ziel gesetzt, aus den Daten und dem Zugriff auf vernetzte Geräte einen Mehrwert in Form von digitalen Services für Kunden zu schaffen. Wie genau funktioniert das?

Olaf Schindler: Durch sogenannte Smart Plugs - das sind Geräte, die man in die Steckdose steckt und dann bspw. eine Spülmaschine anschließt - werden Daten generiert. In diesem Fall ist das nicht nur die Information, dass bspw. die Waschmaschine läuft, sondern wieviel Tabs sie verbraucht, um rechtzeitig Nachschub zu besorgen. Außerdem könnte so die Energieeffizienz der angeschlossenen Geräte gemessen und in Relation zu einem anderen Fabrikat gesetzt werden. Solche Möglichkeiten sind aber nur der Anfang.

Diese vorhandenen Daten werden an verschiedenen Stellen gespeichert. Wir möchten diese verstreuten Daten zusammenführen und daraus Service Angebote für Verbraucher entwickeln. Und zwar nicht irgendwelche, sondern entsprechend der individuellen Interessen und Bedürfnisse. Dafür betreiben wir eine digitale Plattform, an die sich Hersteller verschiedener Geräte anbinden können und so genannte Service Provider digitale Services entwickeln & anbieten. Der Kunde kann aus diesem Angebot auswählen, was für ihn Sinn macht und was er nutzen möchte.

Immer mehr Geräte sind miteinander vernetzt: von der Leuchte über die Kaffeemaschine, die Spülmaschine uvm. Mittels smarten Lampen kann man sich bspw. präventiv gegen Einbrüche schützen, indem Anwesenheit simuliert wird. Bis hin zur täuschungsechten Simulation des Fernsehens und das nicht immer nur um Punkt 20.15. Wir sehen im Thema Licht derzeit das größte Potenzial.

Das heißt also die Kombination von Angeboten verschiedener Hersteller?

Olaf Schindler: Ja genau. Darin besteht für den Endkunden der größte Vorteil. Erst die Verbindung von Daten verschiedener Hersteller gibt eine Datenbreite und Skalierung bei den Endkunden, aus der eine Vielzahl von Services generiert werden kann. Im Gegensatz zur Nutzung alternativer Plattformen, wie Amazon Alexa, setzen wir auf ein kooperatives Ökosystem - in dem alle gewinnen. In unserer VREEDA Cloud können die verschiedenen Hersteller miteinander verknüpft werden. So erreichen wir eine Kompatibilität zwischen Herstellern und Anbietern von Lösungen und Diensten. So können alle vorliegenden digitalen Daten unabhängig vom Hersteller genutzt werden.

Bitte nennen Sie ein Beispiel!

Olaf Schindler: Wenn man Licht im Kontext einer Vernetzung betrachtet und welche digitalen Services man hier nutzen kann, wird das bahnbrechend in den nächsten fünf bis sieben Jahren sein. Die Möglichkeiten sind nahezu unendlich.

Eine Anwendung, die heute schon umgesetzt wird, ist die Schwarmsteuerung bei der Stehleuchte LUCTRA VITAWORK. Durch unsere App, oder besser Technologie, ist es möglich, mehrere Leuchten, die verteilt in einem Gebäude stehen, in Gruppen einzuteilen und so gezielt einzelne Bereiche zu beleuchten.

Für die Zukunft gibt es auch noch weiterführende Ideen. So könnte man alle Fahrradfahrer im Büro durch ein kurzes rotes Aufblinker der Schreibtischbeleuchtung über Unwetter informieren. So sind diese rechtzeitig gewarnt. Durch direkte Schnittstellen könnte sich die Raumbelichtung auch im Falle

eines Videocalls automatisch regulieren, einfach durch Auslesen des Kalenders. So nimmt das Licht unmittelbaren Einfluss auf das Wohlbefinden, die Gesundheit und die Produktivität. Weniger rational dafür sehr emotional ist der Fussball-Service, der das ganze Wohnzimmer in den Farben des Lieblingsclub leuchten lässt – wenn dieser trifft. Das ist ein gutes Beispiel dafür, wie wir Daten in Signale umsetzen können.

Was ist aus Ihrer Sicht dabei die größte Herausforderung?

Olaf Schindler: Davon gibt es eine Reihe. Zunächst erst einmal ist es grundlegend wichtig, einen Überblick zu bekommen, welche Daten schon vorliegen. Sonst fängt man an und baut solche Apps und Angebote nach und das ist Schwachsinn, denn wenn man keine extra Technologie erstellen muss, kann man viel Zeit und Geld sparen.

Wenn jedes Unternehmen nun seine eigene Sache macht, eine eigene IT erstellt, dann ist das eine Sackgasse. Der Endkunde möchte nicht drei Apps, sondern alles soll kompatibel in einer sein. Die Daten von drei bis vier Parteien müssen also zu einfach nutzbaren, Sinn stiftenden Services zusammengebracht werden. Nur so hat der Kunde dann auch einen echten Mehrwert.

Leider sind viele der hiesigen Hersteller noch im alten Geschäftsmodell verhaftet: Kunde hat gekauft und ist weg. Dabei kann man durch die Nutzung von Daten einen langfristigen Kundenkontakt aufbauen. Beispielsweise das Angebot eines Wartungsservices. Nicht europäische Anbieter sind uns da einen Schritt voraus.

Und was ist der größte Nutzen?

Olaf Schindler: Grundsätzlich gilt: Lieber Qualität statt Quantität. Beispielsweise durch eine Beleuchtungslösung durch cleveres Gruppenmanagement kann man für mehr Sicherheit sorgen. Keine dunklen Laufwege mehr. Die Vermeidung von gespenstischen Lichtinseln bringt dem Nutzer definitiv auch mehr Wohlbefinden.

Oder denken sie mal an Nachhaltigkeit. Wenn immer nur die Lichter leuchten, die auch wirklich gebraucht werden, da ich dies ja konkret steuern kann, ist auf jeden Fall auch ein erhebliches Potenzial zur Energieeinsparung zu nennen.

Und zu guter Letzt wird es uns wahrscheinlich erst in ein paar Jahren so richtig bewusst, wie wenig nachhaltig wir gerade

hier in Europa mit unseren ganz privaten & sensiblen Daten umgegangen sind. Gerade die langfristigen Daten, die bei der Nutzung smarter Geräte generiert werden, geben sehr sensible und tiefe Einblicke in den Alltag und den Nutzer an sich frei. Hier liegt ein sehr großer Nutzen, den wir für den Kunden und dabei auch im Sinne des Kunden stemmen sollten.

Wie kann man das aus Ihrer Sicht sicherstellen?

Nicht technologisch denken, sondern aus Kunden- und Nutzersicht handeln, ist hier der richtige Ansatz. Und dazu muss man einfach mit dem Kunden sprechen, gezielte Kundeninterviews führen und dabei Daten zur Customer Journey einsammeln. Dies machen uns Konzerne wie Apple, Google und Amazon eindrucksvoll vor.

Es gibt inzwischen bereits einige Anbieter auf dem Markt.

Worin besteht aus Ihrer Sicht ein Wettbewerbsvorteil?

Licht für Wohlbefinden am Arbeitsplatz und Gesundheit kombiniert mit weiteren Angeboten – das sind wirklich Mehrwerte, das bringt mehr als die unzähligen Sensoren, die man immer verbauen möchte. Wir tendieren einfach dazu, immer viele Sensoren zu verbauen.

Einen Vorteil hat der, dem es gelingt, bereits vorhandene Daten vieler völlig isolierter Unternehmen auf einer Plattform zusammenzubringen und sinnvoll einzusetzen. Hier wird die kommende Wertschöpfung generiert: das „cross-industry“ Ökosystem. Und die Anwendung muss für den Nutzer einfach kinderleicht bleiben. Wer erst einen Fachmann holen muss, um Applikationen nutzen zu können, hat schnell die Lust verloren.

Das Interview führte Martina Heiland, PR Manager, LUCTRA



Olaf Schindler
Geschäftsführer VREEDA

Zu LUCTRA®:

LUCTRA® ist die Marke für gutes Licht im Büro oder zu Hause. Dafür liefern die Tisch-, Steh- und mobilen Leuchten im Sortiment Licht, das nicht einfach nur hell macht, sondern auch zufrieden, leistungsfähiger und dabei weniger erschöpft. Das funktioniert, weil es die richtigen Impulse für jede Situation überträgt.

Dafür macht das professionelle biologisch wirksame LED-Leuchtensystem die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse zur Wirkung des Lichts auf den Menschen nutzbar. Es verfolgt den Ansatz des Human Centric Lighting, kurz HCL, indem es den Menschen mit seinen persönlichen Lichtbedürfnissen für gesünderes und effizienteres Arbeiten und Leben in den Mittelpunkt stellt. LUCTRA® Licht kann das natürliche Tageslicht nahezu vollständig abbilden und unterstützt so die individuelle innere Uhr.

LUCTRA® erhielt bereits zahlreiche namhafte Designauszeichnungen wie den German Design Award und wurde 2015 vom Traditionsunternehmen DURABLE Hunke & Jochheim GmbH & Co. KG auf den Markt gebracht. Das Unternehmen hat sich seit über 100 Jahren der Arbeit verschrieben: seiner Organisation, seinen Prozessen und seinen Hilfsmitteln. DURABLE beschäftigt weltweit rund 700 Mitarbeiter und hat seinen Hauptsitz in Iserlohn/ Deutschland. Alle LUCTRA® Leuchten werden von hochqualifizierten Mitarbeitern in der LUCTRA® Manufaktur in Kamen (Nordrhein-Westfalen, Deutschland) von Hand montiert.

Presse-Kontakt:

Martina Heiland - PR Manager

DURABLE Hunke & Jochheim GmbH & Co. KG

Westfalenstraße 77–79, 58636 Iserlohn

Tel.: +49 (0) 23 71 66 22 65

E-Mail: martina.heiland@luctra.eu · Web: www.luctra.eu