



HAUSGERÄTE

Horst Winkler
Chefredakteur



UNTERHALTUNGS-ELEKTRONIK

Holger Kötzsch
Redakteur

Impulse braucht unsere Branche. Daher finde ich es sehr gut, dass das Thema „Vernetzung“ auf der IFA 2014 solch einen Widerhall fand. Mir gefällt vor allem, dass es die Backöfen, Geschirrspüler & Co. in wenigen Wochen von etlichen Marken zu kaufen geben wird – allesamt steuer- und kontrollierbar vom Smartphone oder Tablet. Es werden die Premium-Modelle sein, bei denen der Kunde die Connectivity mit kauft, egal ob er die Vernetzung nun nutzen möchte oder nicht. Clever nenne ich das.

Die Zeit ist reif

Vor gut zehn Jahren redeten wir schon einmal über dieses Thema. Damals war der Widerhall seitens der Verbraucher aber sehr leise. Nur wenige Hersteller hielten deshalb am Thema fest. Doch inzwischen wuchs eine Mobil-Generation heran, änderte sich die Möglichkeit, mit einem Hausgerät zu kommunizieren, wurden die Apps erfunden, herrscht beim Verbraucher ein ganz neues Bewusstsein dazu. Die Zeit für einen Neustart scheint also gegeben.

Aber manches hat sich auch nicht erfüllt in den vergangenen zehn Jahren. So fehlt nach wie vor ein von allen wichtigen Herstellern anerkannter und auch genutzter einheitlicher Kommunikationsstandard, mit dem sich Hausgeräte unterschiedlicher Marken verbinden lassen. Auch das Thema „Smart Grid“ scheint aktuell keine Rolle mehr zu spielen. Und es fehlt auch noch an weiteren nutzbringenden Anwendungen. Dem Handel kommt also jetzt die große Aufgabe zu, die Verbraucher zu überzeugen. Plausible Argumentationshilfen der Hersteller sollten da nicht fehlen.

Ihr

Mit Interesse habe ich den Deutschlandstart von Netflix verfolgt. Er war aber auch nicht zu übersehen. Selbst auf der IFA galt er als ein Riesenthema. Die ganze Medienbranche verfiel in schiere Aufruhr: Amazon präsentierte parallel zur IFA sein Fire TV, Maxdome startet eine Kampagne und Sky senkte die Abgebühren für Snap. Für die etablierten Video-on-Demand-Anbieter war es wohl das größte Rätsel, welchen Preis Netflix festlegen wird. 7,99 Euro sind es nun, und diese werden demnächst als Referenz für Maxdome, Watchever oder Videoload gelten.

Revolution bleibt aus

Jetzt, Anfang Oktober, ist der erste Gratis-Netflix-Monat vorbei und die Aufregung hat sich gelegt. Sicher ist der Anbieter ein Schwergewicht der Branche, in den USA Marktführer und durch Produktionen wie „House of Cards“ oder „Orange is the new black“ auch ein Vorreiter bei TV-Serien. Doch die Revolution, von der in einigen Druckerzeugnissen die Rede war, wird Netflix nicht einläuten.

Schon in der Zeit vor dem Deutschlandstart änderte sich das TV-Verhalten der Deutschen: es ist zeitautark, geschieht in Kombination mit einem Secondscreen, ist smart und anspruchsvoll. Das und die deutsche TV-Landschaft muss auch Netflix erst verstehen. Alle VoD-Anbieter werden ihre Inhalte attraktiver gestalten müssen sowie Bedienung und Preise überarbeiten. Vielleicht werden einige dazu ermutigt, UHD-Inhalte anzubieten. Das wäre ohne den neuen Gegenspieler aus den USA bereits längst fällig gewesen. Jetzt hat der Zuschauer eine Option mehr und das kann für den Gesamtmarkt nur gut sein.

Ihr

huss

HUSS-MEDIEN GmbH
Am Friedrichshain 22 · 10407 Berlin
www.rfe-eh.de

Redaktion

Tel.: 030 42151-315
horst.winkler@hussberlin.de
holger.koetzsch@hussberlin.de

Anzeigen

Tel.: 030 42151-447
bringfriede.trester@hussberlin.de

Leserservice

Tel.: 030 42151-404
Ines.paggel@hussberlin.de