

Als weltgrößte Messe für Consumer Electronics und Home Appliances bieten die Aussteller kaum Forschungsvorhaben in ihren Vorstellungen sondern vielmehr weitgehend seriennahe oder in Serie gefertigte Produkte. Überraschungen sind damit nicht mehr zu erwarten, gleichwohl lässt sich aus der Vielzahl der vertretenden Produkte und Hersteller eine Tendenz und aktuelles Gesamtbild ableiten.

Aus dem Blickwinkel des Medienrechts und der Medienpolitik bot die IFA dementsprechend auch kaum Neuerungen. Die begründet sich damit, dass der Schwerpunkt der vorstellten Innovation auf verbesserter Hardware lag.. Am deutlichsten zeigte sich dieses Bild an den Fernsehgeräten. Während mit allgegenwärtigen Geräten mit HDR und OLED Technologie die Bildqualität neue Dimensionen erreichen soll, scheint hinsichtlich der Contentverteilung kaum eine Neuerung erfolgt zu sein. In der Gesamtschau tritt gleichwohl eine übergreifende Entwicklung zu Tage: Die bekannten Contentangebote wie Amazon, Netflix, Mediathek, Youtube und Co. werden von angepasster Gerätesoftware immer mehr in die Umgebung des Geräteherstellers integriert. Sollte diese Entwicklung fortschreiten, können die Gerätehersteller einerseits die sich vergrößernde Kluft ihrer eigenen Anwendungen zum Nutzer wieder verkleinern. Andererseits treten in den gezeigten Produkten die Contentangebote wieder mehr nebeneinander und der Wechsel von einem Angebot zum anderen fällt einfacher. Es bleibt abzuwarten, ob damit beispielsweise das Amazon-Angebot - vergleichbar zur analogen Fernsehwelt - zu einem Kanal unter vielen wird, zwischen denen der Nutzer einfach wechselt und nicht mehr direkt und exklusiv ansteuert. Das Radio war mit allen Verbreitungswegen UKW, DAB/DAB+ und Streaming nebeneinander vertreten.

Aus datenschutzrechtlicher Sicht zeigte sich ein leider bekanntes Bild: Zwar waren mit vielen Aussteller zum Thema smart home, Drohnen, Dashcams, smart TV eine Vielzahl der datenschutzrechtlich aktuellen Themen vertreten, doch konnte sich der Datenschutz in weiten Teilen nicht als Qualitätsmerkmal und Auszeichnung gegenüber dem Verbraucher etablieren. Auch die nahende DSGVO scheint diesbezüglich (noch) keinen Anstoß geliefert zu haben. Ging man tiefer ins Detail zeigte sich, dass die Hersteller vermehrt mit der Einwilligung der Nutzer als Erlaubnistatbestand arbeiten.

Seite Drucken