

Markt für Videostreaming verdichtet sich weiter

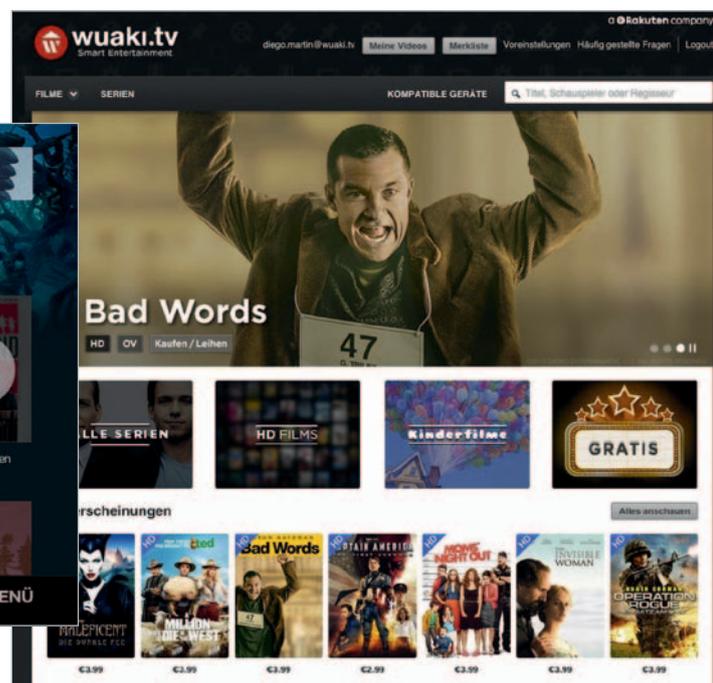
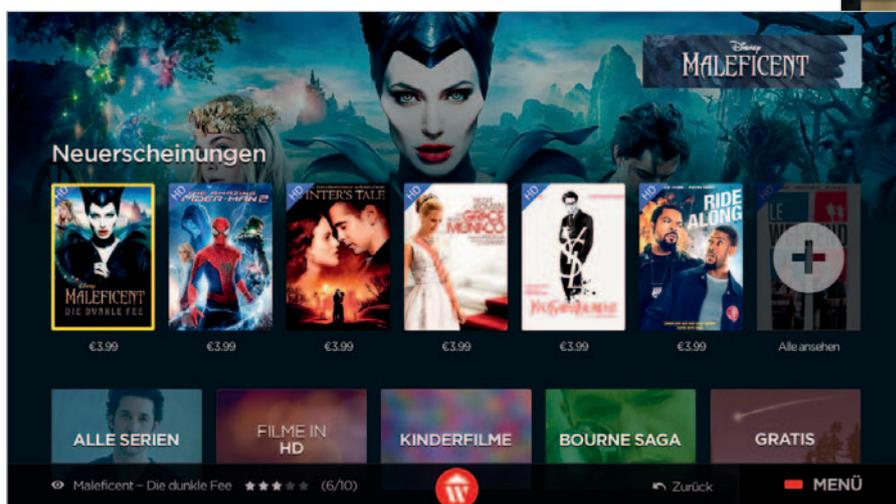
STREAMING · Mit Wuaki.tv, einer Tochterfirma des japanischen Internet-Unternehmens Rakuten, drängt ein weiterer Player auf den deutschen Video-on-Demand-Markt. Noch ist der zwar nicht gesättigt, aber enger wird es trotzdem.

Wuaki.tv ist der neueste Anbieter auf dem deutschen Video-on-Demand-Markt (VoD). Dessen markantestes Kennzeichen: Eher verhaltene Nachfrage trifft auf umso größeres Angebot. Mit **Maxdome**, **iTunes**, **Amazon Prime Instant Video**, **Netflix**, **Sky Snap**, **Videoload** und **Watchever** gibt es viele Wettbewerber. In Deutschland binden sie die relevanten Marktanteile. Der neue Dienst Wuaki.tv, eine Tochtergesellschaft des japanischen Internet-

Unternehmens **Rakuten**, wird sich seinen Platz im deutschen Markt erkämpfen müssen.

Noch immer gilt **Maxdome** als der erfolgreichste Player, auch nach Start des US-Marktführers Netflix im September. Maxdome verzeichnet insgesamt im Vergleich zu der Zeit vor dem September-Relaunch bis jetzt eine Steigerung von Subscriptions-Video-on-Demand-Neukunden um 73 Prozent. Kon-

krete deutsche Nutzerzahlen kommunizieren beide nicht. Nur so viel: Im September nutzten den US-Dienst 37 Millionen User in den USA und 16 Millionen Menschen in den über 40 internationalen Märkten. Dass Netflix noch keine deutschen Zahlen nennt, könnte ein Zeichen dafür sein, dass auch der US-Branchenprimus wenig Bewegung in das noch kleine Segment brachte. Laut **Klaus Böhm**, Leiter Media Practice bei **Deloitte**, nutzen nämlich nur elf Prozent der deutschen Haushalte VoD. Zwar soll der Markt künftig stark wachsen. Halten werden sich aber



Wuaki TV Der Neue unter den VoD-Diensten gehört zum japanischen E-Commerce-Marktführer Rakuten. Wuakis Hauptsitz ist in Barcelona.

sicher nicht alle Anbieter. Aktuell differenzieren sich die Wettbewerber über Inhalte, Technik, Marketing sowie die Angebotsart. Letzteres entscheidet, wer mit wem in Konkurrenz tritt. Denn grundsätzlich bedienen Portale für Einzelabrufe (Transactional Video-on-Demand, TVoD) wie iTunes oder eben nun Wuaki.tv andere Bedürfnisse als SVoD-Modelle wie Netflix oder Amazon. Während SVoD eher als Fernseh-Ersatz genutzt wird, deckt TVoD das Nutzungsszenario Kino ab.

Top-Inhalte erwarten aber alle Nutzer. Bei Wuaki.tv finden sie zumindest das übliche VoD-Angebot. Mit US-Serien wie „Breaking Bad“ oder Hollywood-Produktionen wie „Boyhood“ weicht das Angebot kaum von der Konkurrenz ab. Den Inhalten als Wettbewerbsfaktor setzen allerdings die Lizenzgeber Grenzen: „Neue Plattformen werden bei einer begrenzten Anzahl von zur Verfügung stehenden Rechten zunehmend Schwierigkeiten haben, relevante Inhalte anbieten zu können“, sagt Böhm.

Bleiben technische Feinheiten. Wuaki will sich vor allem durch sein UHDTV-Filmangebot abheben. Doch werden technische Merkmale kaum als dauerhaft wirksames Alleinstellungsmerkmal funktionieren. Andere Anbieter würden, so Böhm, nachziehen.

Wuaki als Motor für Rakuten

Bei Wuaki.tv ist das vielleicht auch egal, denn jeder User des Videodienstes wird auch Teil des Rakuten-Kosmos. Der umfasst Angebote wie E-Commerce oder Finanzservices. Mit jedem Rakuten-Einkauf kann der Kunde Superpoints, eine Art Bonuspunkte, sammeln. Diese können wiederum als Zahlungsmittel für Rakuten-Einkäufe eingesetzt werden. Wer also über Wuaki.tv streamt ist zugleich möglicher Rakuten-Kunde. Damit würde der Videodienst eher die deutsche Marktdurchdringung des Dachunternehmens Rakuten fördern, als die Positionierung von Wuaki.tv selbst. *gb*

Partner für Facebook-PMDs

PERSONALIE · Sebastian Dettweiler kümmert sich um die PMDs. Das Programm heißt ab Frühjahr „Facebook Marketing Partner“.

Die Preferred Marketing Partner (PMD) des sozialen Netzwerks Facebook erhalten einen neuen lokalen Ansprechpartner. Sebastian Dettweiler verantwortet künftig die Entwicklung des Partner-Programms im deutschsprachigen Raum. Die von Facebook zertifizierten Dienstleister liefern Werbung-treibenden Produkte und Services für Kampagnen, Apps oder Profileiten. Dettweiler hat sein Büro in der Hamburger Niederlassung von Facebook. Eine Neuerung und Aufwertung, denn zuvor wurden die PMDs aus der europäischen Zentrale in Dublin von dessen Vorgänger Moritz Schäufele betreut, der in die USA gewechselt ist. Dettweiler berichtet an Joe Morley, Head of Marketing Partner Programm EMEA. Vor seinem Wechsel leitete der 31-Jährige die Performance-Marketing-Agentur ESP eSales Performance Marketing und arbeitete bei verschiedenen Startups sowie der Bertelsmann-Tochter Arvato.

Das Partnerprogramm wird im Frühjahr 2015 stark umstrukturiert:



Sebastian Dettweiler berät aus dem Hamburger Büro heraus die PMD-Partner.

Künftig nennt das US-Unternehmen die PMD-Dienstleister „Facebook Marketing Partners“. Diese erhalten nur noch eine Auszeichnung (Badge) anstatt der bislang vier. Das Zertifikat weist aber genauer die Kompetenzen aus, denn die Dienstleister können sich um spezifische „Specialties“ bemühen: Ad Technology, Media Buying, Facebook Exchange, Community Management, Content Marketing, Audience Onboarding, Audience Data Providers, Measurement, Small Business Solutions. *ks*

Abcfinance erhält neue Webseite

RELAUNCH · Necom hat die Website des Mittelstandfinanzierers Abcfinance überarbeitet.

Abcfinance.de zeigt sich mit einem neuen, responsiv gestalteten Web-auftritt. Umgesetzt hat den Relaunch das Kölner Team der Werbe-agentur Necom. Der Fokus lag auf einer vereinfachten Nutzerführung sowie der klaren Strukturierung der Inhalte. Beispielsweise gestaltete Necom die Erläuterungen zu Produkten kompakter und baute weitere direkte Kontaktpunkte ein.

„Viele kleinere und mittlere Unternehmen haben häufig wenig Erfahrung mit alternativen Finanzierungslösungen – für sie wollen wir den Einstieg so leicht wie möglich machen“, sagt Abcfinance-Geschäftsführer Stephan Ninow. Die Kunden seien auf ihre eigenen Produkte und Märkte spezialisiert und nicht immer mit den Fachbegriffen der Finanzwelt vertraut, führt er aus. „Einfache Texte und umfangreiche Häufige-Fragen-Listen schaffen Verständlichkeit und Vertrauen“, so Ninow. *gb/bb*