



2013/07 dschungel

<https://jungle.world/artikel/2013/07/massgeschneidertes-kartenhaus>

Maßgeschneidertes Kartenhaus

Von **elke wittich und axel grumbach**

<none>

Das US-Unternehmen Netflix hatte sein neuestes Projekt kaum angekündigt, da war die Begeisterung auch in Deutschland über das Remake des BBC-Serienklassikers »House of Cards« schon riesengroß. In Szene gesetzt vom »Fight Club«-Regisseur David Fincher, mit dem zweimaligen Oscar-Gewinner Kevin Spacey in der Hauptrolle, wurde die 13teilige Geschichte um Macht und Politintrigen rasch zum Hit, den die Kunden des Dienstes für Streaming-On-Demand ohne Zusatzkosten online schauen konnten.

Was als innovativ und Zukunft von Film, Fernsehen und Internet gefeiert wurde, ist jedoch vor allem ein Resultat gezielter Nutzer-überwachung. Netflix weiß nicht nur, was seine 29 Millionen Kunden am liebsten anschauen, sondern kann beispielsweise auch basierend auf den Postleitzahlen der User feststellen, in welchen Regionen welche Filme und Programme zu welcher Uhrzeit am liebsten konsumiert werden. Die Netflix-Recommendation-Engine, also das Programm, in dem unter anderem das Nutzerverhalten gespeichert wird, unterbreitet den Kunden basierend auf den erhobenen Daten maßgeschneidert und gezielt Vorschläge – 75 Prozent der Abonnenten, so das Unternehmen, gehen auf diese Anregungen ein.

Dass »House of Cards« ein Erfolg wurde, kam entsprechend nicht überraschend. Kunden, die die Original-Miniserie mochten, schauten besonders gern Filme an, in denen Kevin Spacey die Hauptrolle spielte oder deren Regisseur David Fincher war. Die Dramaturgie der Eigenproduktion richtet sich im Übrigen auch nach den Gewohnheiten – Netflix zeichnet unter anderem auf, wann und bei welchen Szenen User auf die Pause-Taste drücken oder ganz abschalten.