

**BUZZWORD**

#bingen

**N**ein, Hildegard von Bingen, die große Mystikerin des Mittelalters, trifft keine Schuld. Die Benediktinerin (1098–1179) ist nicht die Namensgeberin der neuen Lieblingsbeschäftigung der Deutschen. Das Bingen (spricht: Bin-schän) steht völlig konträr zum enthaltenen Lebenswandel der Äbtissin. Bingen ist der Ausdruck einer neuen Maßlosigkeit. Wer etwas bingt, der konsumiert exzessiv und ohne große Pause. Und um die Schuldfrage zu klären: Das böse Fernsehen trägt dafür die Verantwortung – denn am Anfang stand der Serienmarathon.

Bereits im Zeitalter der Videorekorder lagen Menschen auf der heimischen Couch und schauten eine Folge ihrer Lieblingsserie nach der anderen. Es war ein Akt der Befreiung von den Ketten der TV-Programmplanung, die damals nur im wöchentlichen Rhythmus für Folgenachschub sorgte.

Mit den neuen Sehgewohnheiten entdeckten die TV-Sender das Geschäft mit den DVD-Boxen, die das Bingen für die Fans einfacher und für die Produzenten ertragreich machten.

Das Bingen veränderte die Serienproduktion massiv. Aus abgeschlossenen Folgen wurden epische Handlungsstränge, die nur Sinn ergaben, wenn man sie nacheinander guckte. „The Wire“-Schöpfer David Simon sagt, ohne DVD-Boxen und Bingen hätten die Leute seine Serie nie verstanden – und sie wäre in der Bedeutungslosigkeit verschwunden. Trotzdem hielten die Sender an ihrem wöchentlichen Veröffentlichungsrhythmus fest. 2013 kam jedoch Netflix und schmiss dem Serienvolk einfach so die erste Staffel von „House of Cards“ vor die Füße. Danach brachen alle Streamingdämme – der Begriff vom Binge-Watching machte die Runde.

Inzwischen kann man vieles bingen, nicht nur Serien. Nicht alles ist gesund, manches sogar gefährlich. So kann man vom Binge-Eating (Essstörung) und Binge-Drinking (Komasaufen) nur abraten. Harmloser ist das Bingen dieser Zeitung. Die neue „Folge“ erscheint bereits morgen früh. Im besten Falle in Ihrem Briefkasten. *Denis Krick*

**APPS & GADGETS**

**Kosmische Selfies von der Milchstraße**

Mit der Gratis-App „Nasa Selfies“ für iOS und Android feiert die US-Raumfahrtbehörde die erfolgreiche Mission des Spitzer-Weltraumteleskops, das vor 15 Jahren ins All geschossen wurde und seitdem Bilder an die Forscher sendet. 31 Fotos hat die Behörde nun zur Auswahl in die „Nasa Selfies“ gepackt. Für die Nutzung der App muss die Erlaubnis erteilt werden, auf die Handykamera zuzugreifen.

Das Selfie wird in den Helm eines Weltraumzugs eingefügt, und man kann den Hintergrund wählen.

**Beifallspender für zu Hause**

Der Big Clapper ist mit seinem roten Kugelkopf kaum zu übersehen, noch weniger aber zu überhören: Die Hände des Roboters der Firma Bye Bye World aus Tokio sollen beim Zusammenschlagen ein echtes Klatschgeräusch erzeugen und zu Hause Beifall spenden – wenn sonst gerade niemand da ist zum Applaudieren. Auch zu Musik mitklatschen kann das putzige, rote Wesen. Über Kickstarter läuft ein Crowdfunding unter [www.byebeyeworld.co.jp/ks](http://www.byebeyeworld.co.jp/ks).

# „Digitaler Nachlass wird sehr wichtig“

Über die Plattform Mymoria können alle Details einer Bestattung per Mausklick geregelt werden. Was sind die Vorteile und wie vertrauenswürdig ist das? Antworten von Gründer Björn Krämer

Mit Ihrem Start-up Mymoria können Kunden online ihre Bestattung selbstständig bis ins kleinste Detail planen. Ausgeführt wird sie letztlich von Bestattern in ganz Deutschland, mit denen Sie kooperieren. Wie sind Sie auf die Idee für diese Dienstleistung gekommen?

Ausschlaggebend war der Tod des Vaters von einem Freund. Da haben wir uns mit dem Bestattungswesen beschäftigen müssen und festgestellt, dass es fast unmöglich war, sich digital zu informieren und die Bestattung selbst zu planen. Wir dachten: Es kann ja nicht sein, dass im 21. Jahrhundert bei völliger Transparenz in der digitalen Welt so wenig Kostentransparenz in Bezug auf Bestattungen herrscht. Also haben wir uns diesem Thema gewidmet.

Wie transparent ist der Markt um Bestattungsdienstleistungen denn aktuell?

Eine Bewertung, wie transparent der Markt ist, möchte ich gar nicht abgeben. Natürlich gibt es Bestatter, bei denen man Preislisten einsehen kann. Und auch bei uns ist die Kostentransparenz gegeben. Auf unserer Website kann sich jeder den gesamten Preis für eine Bestattung von zu Hause aus anschauen. So kann man die Kosten den eigenen Möglichkeiten entsprechend konfigurieren.

Sie selbst bezeichnen sich aber auch als Bestatter?

Ja, wir sind aber keine gelernten Bestatter in sechster Generation. Das führen manche Bestatter ja als Qualitätsmerkmal auf. Wir kommen aus dem Finance-, Mobile- und Produktentwicklungsbereich. Während der

Gründung von Mymoria haben wir uns den Bestattungsmarkt genau angeguckt und waren viel bei Bestattern, um zu sehen, wie deren Arbeit funktioniert. Gleich zum Start haben wir erfahrene Bestatter in unser Team geholt.



Nur weil Bestattung ein sensibles Thema ist, muss man doch die Planung nicht erschweren.

Warum braucht der Markt Sie?

Die Vorteile sind, dass bei uns die Beauftragung und die Angebotserstellung autark und bei voller Kostenkontrolle von zu Hause aus geregelt werden können. Außerdem wird Mobilität immer wichtiger. Jüngere wohnen nicht mehr am selben Ort wie ihre Eltern oder Großeltern. Wenn jemand stirbt, ist also oft kein Familienangehöriger direkt vor Ort. Solche Fälle bearbeiten wir täglich.

Bei Ihnen online eine Bestattung zu buchen ist fast so einfach, wie Pizza zu bestellen. Bestattung ist aber doch ein sehr sensibles Thema.

Nur weil es ein sensibles Thema ist,

muss man doch die Planung nicht erschweren.

Sie sehen die Einfachheit als Vorteil? Absolut. Ich muss nicht zu meinem Bestatter vor Ort gehen und nur die Preise akzeptieren, die er mir anbietet. Stattdessen kann ich mir das Angebot im Netz nach eigenen Wünschen zusammenstellen. Die Idee ist, den Prozess so ausführlich wie nötig, aber so einfach wie möglich zu gestalten. Aber eine Rückfrage: Was fehlt Ihnen denn bei Mymoria?

Ich habe an meine Oma gedacht, die im Internet nicht zurechtkommt. Und ich glaube, meinem Vater würde das Vertrauen fehlen, schließlich kennt er die Personen, die dahinterstehen, nicht. Beim Bestattungswesen spielt doch Vertrauen eine große Rolle.

Das Vertrauen in dieser Branche ist in der Tat sehr wichtig. Bei uns sitzt ein ausgebildetes Team, das jede Anfrage rund um die Uhr bearbeitet. So entsteht ein geregelter Kontakt. Was den Generationenunterschied angeht: Die meisten Menschen, die eine Bestattung planen, sind erwachsene Kinder und Enkel, weil zum Beispiel ein Elternteil, wenn der Partner gestorben ist, überfordert ist und Hilfe braucht. Für die Menschen, die sich heute mit Bestattungsplanung beschäftigen, ist das Angebot also schon richtig.

Zu Ihrem Angebot zählt auch ein digitaler Nachlassdienst.

**Branche setzt auf mehr Transparenz**

Digitalisierung ist in der gesamten Bestattungsbranche ein Thema: „Fast alle deutschen Bestatter verfügen mittlerweile über solide Internetpräsenzen, auf denen sich Menschen in einer Trauersituation bereits im Netz einen ersten Eindruck verschaffen können“, sagt Oliver Wirthmann, Pressesprecher des Bundesver-

bands Deutscher Bestatter. Der digitalen Planung einer Beisetzung hält er jedoch entgegen: „In der Trauer braucht der Mensch eine konkretes Gegenüber und eine kompetente Beratung zur individuellen und würdevollen Bestattung. Dieser Vorgang lässt sich in der Komplexität einer Bestattung nicht allein di-

gital abbilden.“ Auch bei der persönlichen Beratung würden transparente Kostenvorschläge und Angebote unterbreitet. „Beim Bestatter vor Ort kann man auch vereinbaren, bestimmte Leistungen selbst zu organisieren“, sagt Wirthmann. Kostengünstige Lösungen gäbe es nicht allein im Internet.

Dabei geht es um die Abmeldung digitaler Accounts. Derzeit kommt das noch nicht so oft vor, weil ein Großteil der Generation, die momentan verstirbt, noch nicht so umfassend im Netz vertreten ist. Für Sie und mich wird die Regelung des digitalen Nachlasses einmal sehr wichtig werden. Auch in der Vorsorgeplanung wird das Thema häufiger nachgefragt – darin kann man genau festlegen, welche Accounts nach dem eigenen Tod abgemeldet werden sollen. Haben Sie eine Bestattungsvorsorge?

Nein. Sobald man eine Familie gründet,

sollte man über eine Bestattungsvorsorge nachdenken. Denn die entlastet die Angehörigen im Todesfall wahnsinnig.

Sich so jung so umfassend mit dem eigenen Tod auseinanderzusetzen dürfte für viele nicht ganz einfach sein. Wir haben das Hashtag #wirsprechendruuber in sozialen Netzwerken entwickelt, um das Thema Sterben zu kommunizieren. Früher starben die Menschen noch zu Hause. Der Regelfall ist heute, dass Menschen im Krankenhaus oder in einer Pflegeeinrichtung sterben. Deshalb fällt es uns so schwer, uns mit dem Thema Tod auseinanderzusetzen. Andere Nationen wie Großbritannien sprechen offener über den Tod.

Also wäre Ihr Wunsch, dass man auch hierzulande mehr darüber spricht? Das ist nicht nur mein Wunsch, das ist es, wofür wir angetreten sind.

Interview: Sarah Franke



**Björn Krämer (37)** ist einer der drei Gründer von Mymoria und will die Bestattungsindustrie digitalisieren. Das im Jahr 2015 gegründete Berliner Start-up bezeichnet sich als digitales Bestattungshaus und arbeitet mit 250 Bestattern in ganz Deutschland zusammen. Sarg ausuchen, Blumenschmuck auswählen und Trauerredner engagieren: Auf [www.mymoria.de](http://www.mymoria.de) können Angehörige eine vollständige Bestattung planen – und das von zu Hause aus. Dafür braucht es lediglich einen Internetzugang. Bisher führt das Unternehmen Beisetzungen ausschließlich in Deutschland durch, will aber demnächst in Europa expandieren.

## Wenn die Smartwatch zu kalorienarmer Kost rät

Vernetzte Haushaltsgeräte versprechen mehr Freiheit und Flexibilität – werden aber bislang noch zögerlich angenommen

Von Bernd Röder

„Smartwatch und Küchengeräte machen gemeinsame Sache“, beschreibt Marketingchef Olaf Nedorn von Siemens Hausgeräte die Funktion, die bald Wirklichkeit werden soll. Noch sind vernetzbare Maschinen in deutschen Haushalten allerdings keine Selbstverständlichkeit: Gut 17 Millionen Großgeräte wie Waschmaschinen, Geschirrspüler und Elektroherde hat die Industrie 2017 in Deutschland verkauft. Lediglich 3 Prozent davon waren vernetzbare Geräte. Doch das soll sich ändern: Der Elektroindustrie-Verband ZVEI erwartet, dass der Anteil bis Jahresende auf 10 Prozent wächst. „Die Leute suchen nicht immer danach, aber sie nehmen es mit“, sagt Nedorn.

In einem vernetzten Privathaushalt könnte es künftig so zugehen: Stellt die Fitnessuhr nachts mangelnden Schlaf fest, schlägt die Kaffeemaschine morgens vor, den Cappuccino stärker zu machen. Ein anderes Szenario: Der Trainingsplan für den Tag wurde nicht erfüllt, entsprechend wenig Kalorien verbraucht. Die App rät deshalb zu leichter Kost und liefert gleich das Rezept mit. Der nächste Schritt könnte so aussehen: Nach Feierabend im Büro steuert das Auto des hungrigen Angestellten mithilfe des Navigationssystems die Läden an, in denen es die Zutaten gibt, die im heimischen Kühlschrank noch fehlen.

Längst ist nicht ausgemacht, ob viele Verbraucher auf solche digitale Fürsorglichkeit Wert legen. Doch die großen Hersteller Siemens, Bosch



Größer und smarter: Waschmaschinen sollen künftig digital steuerbar sein und obendrein mehr Wäsche waschen können.

FOTO: OBS/SIEMENS HAUSGERÄTE

und Miele preisen das Mehr an Freiheit, Flexibilität und Bequemlichkeit. „Es geht nicht um die Vernet-

zung der Vernetzung wegen“, sagt der Geschäftsführer von Siemens Hausgeräte, Roland Hagenbucher. Entscheidend seien Lösungen, bei denen der Kunde den Nutzen sehe.

Bei den deutschen Verbrauchern hat die Branche den Durchbruch noch nicht geschafft. Im Asien-Pazifik-Raum sieht das schon anders aus. Dort entfielen im ersten Halbjahr 23 Prozent der Umsätze in dem Segment auf smarte Haushaltsgeräte. Das ergab eine jetzt veröffentlichte internationale Datenerhebung der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK). Da das Exportvolumen aller Haushaltsgeräte in etwa so groß ist wie der deutsche Markt – 8,6 Milliarden Euro Umsatz im Jahr 2017 –, achten die Produzenten auf die Vorlieben ihrer Kunden im Ausland.

Als problematisch erweist sich

nach wie vor, dass jeder Hersteller beim vernetzten Zuhause sein eigenes System durchsetzen will. Mit einer App von Miele kann man keine Siemens-Spülmaschine bedienen. Bislang gibt es lediglich ein paar übergeordnete Plattformen, mit denen man per Smartphone Geräte verschiedener Marken an- und ausschalten kann.

Der GfK-Haushaltsgeräteexperte Norbert Herzog sieht als Trend bei den Großgeräten vor allem den Wunsch nach XXL-Waschmaschinen und -Kühlschränken. Viel Neugeschäft erhoffen sich die Hersteller auch von Kochfeldern, auf denen man seine Töpfe und Pfannen platzieren kann, wo man will. Kochfelder mit integriertem Dunstabzug gehören derzeit zu den Umsatzbringern im gehobenen Segment.

FOTO: GETTY IMAGES/ISTOCKPHOTO; MONTAGE: RND