

# Technologie

## Der Apfel beißt zurück

„Frischobst“ aus Kalifornien ist so beliebt wie noch nie. Mit neuen Produkten und Partnerschaften soll der Schwung aus dem iPod-Geschäft im Hinblick auf traditionelle Produkte mitgenommen werden. Nebenbei sollen Windows-Rechner mit immer mehr Apple-Software bespielt werden. Eine Strategie, die Analysten hoffen und bangen lässt.

**Klaus Lackner**

Der Erfolg des tragbaren Musik-Players iPod, von dem von Oktober 2001 bis April 2007 mehr als 100 Mio. Stück verkauft wurden, lässt Apple immer mehr als Akteur in der Musik- und Unterhaltungselektronikindustrie denn als PC-Hersteller erscheinen. Dabei hat Apple eine Rechnerpalette im Angebot, die sich im Sog des iPod-Triumphs besser entwickelt als in den Jahren zuvor.

Der iPod, der mehrheitlich an Kunden mit Windows-Computern verkauft wird, hat Apple nun eine neue Sichtbarkeit außerhalb der traditionellen Macintosh-Gemeinde, die sich bisher vor allem rund um Kreativberufe gebildet hat, verschafft. Laut dem Analysten Richard Chu vom US-Marktforschungsunternehmen SG Cowen greifen iPod-Käufer wegen der positiven Erfahrungen mit der mobilen Musik-Jukebox bei ihrem nächsten Rechnerkauf häufiger zu einem Mac. „Eine Umfrage unter 1400 Verbrauchern in den USA gibt starke Hinweise darauf, dass Apples großer iPod-Marktanteil einen signifikanten Einfluss auf Rechnerverkäufe hat“, sagt Chu.

### Neuer Schwung durch Intel

Seit Monaten zeigt sich ein rasch steigender Anteil von Rechnern mit dem Apple-Betriebssystem Mac OS X. So weisen etwa Marktforscher von Net Applications für das Apple-Betriebssystem mittlerweile einen Wert von 6,38 Prozent am Gesamtmarkt aus. Sicher sind solche Zahlen immer mit Vorsicht zu genießen. Trotzdem erlauben sie einen Einblick in aktuelle Trends. So hat Apple ganz offensichtlich stark vom letzten Weihnachtsgeschäft profitiert. Im Dezember lag man noch bei 5,67 Prozent. Begonnen hat dieses rasante Wachstum mit der Umstellung der Rechner auf Intel-Prozessoren im vergangenen Sommer. Seit August 2006 konnte Mac OS X 2,05 Prozentpunkte zulegen.

In der Apple-Szene reagierten einige Fans auf die Chip-Wende zunächst entsetzt, denn mit dem Einsatz der Intel- anstatt der bisher verwendeten Power-Prozessoren wird der technische Unterschied zwischen den abfällig als „Dosen“ bezeichneten

Windows-PC und Mac deutlich geringer. Doch dass sich gerade dies für so manchen Anwender als Katalysator zum Wechsel von PC auf Mac herausstellte, wollte anfangs niemand wahrhaben. Ein Hauptgrund: Jetzt kann Mac OS X und mit kleiner Zusatz-Software gleichzeitig mit Windows betrieben werden. Das Argument: „Die Software rennt auf dem Mac nicht“ ist somit entkräftet.

### Google als Partner im Talon

Sicher wie der steigende Mac OS X-Anteil ist auch, dass Microsoft mit seinem Windows-Betriebssystem weiterhin mehr als 90 Prozent des Marktes beherrscht und das auch in Zukunft tun wird. Trotzdem setzt diese Entwicklung den marktdominierenden Anbieter unter Druck. Microsoft gerät an immer mehr Fronten unter Beschuss: Während man sich im MP3-Player-Bereich gegenüber Apple abmüht, nagt der Mitbewerber auch in anderen Gebieten zunehmend an der Dominanz des Unternehmens. Sei es Linux im Server- und Mobile-Bereich oder eben Apple auf dem Desktop.

Zeitgleich mit der Verbreitung von iPods unter Windows-Usern hat sich so auch iTunes, die iPod-Management-Software sowie Musik- und Video-Verkaufportal von Apple, auf Windows-Rechnern breitgemacht. Kein Wunder, da man sonst seinen Content nicht auf den Player bekommt. Nun soll der Internet-Browser Safari wie iTunes die PC-Anhänger davon überzeugen, wie elegant und leistungsfähig Programme von Apple sind. Die Strategie dahinter reicht jedoch noch tiefer.

Google-Chef Eric Schmidt, der bei Apple im Aufsichtsrat sitzt, nahm unter den rund 5000 Zuhörern der kürzlich abgehaltenen Entwicklerkonferenz WWDC (World Wide Developers Conference) die Ankündigung von Apple-Boss Steve Jobs mit einem breiten Grinsen auf. Der Browser-Vorstoß passt gut zur Strategie des Suchgiganten. Denn er will seine Online-Programme wie Google Docs als Alternative zu den Produkten von Microsoft positionieren. Und dazu braucht Google einen Partner im Internet-Browser-Bereich, der offensichtlich in Apple gefunden wurde.

Aber auch über das neue Wundertelefon iPhone soll Safari neuen Zuspruch erhalten. Es soll sich als MP3-Player, Telefon und zum Surfen im Internet nutzen lassen. Es selbst hat keine Tastatur, sondern wird komplett über ein berührungssensitives Display gesteuert. Bis Ende 2008 will das Unternehmen zehn Mio. Stück verkaufen und damit ein Prozent Anteil am Mobiltelefonmarkt erreichen.

Während iTunes ähnlich wie beim iPod an das Smartphone gebunden wird, um damit Musik und Video hin- und herzuschaffen, könnte Safari das Gleiche für den Web-Part des Telefons bedeuten. So könnten Lesezeichen, individuelle Einstellungen oder Plug-ins möglicherweise nur von Safari vom PC auf das iPhone übertragen werden. Damit würde man sicherstellen, dass Anwender aus reiner Bequemlichkeit auch bezüglich PC bei Safari hängen bleiben. Und Google könnte dazu noch so einiges beitragen. Doch hier beginnt die Spekulation, wie auch der geplante Vertrieb in Europa noch in der Schwebe ist.

### Große Erwartungen getrübt

Während sich Apple in den USA mit dem Telekom-Konzern AT&T und dessen Mobilfunknetzwerk Cingular auf den exklusiven Vertrieb des iPhones geeinigt hat, konnte das Unternehmen in Europa bislang noch keinen exklusiven Partner gewinnen. Und das könnte auch noch eine ganze Weile so bleiben. So berichtet der Brancheninformationsdienst VNU-Net ([www.vnunet.com](http://www.vnunet.com)) unter Berufung auf Analysten, dass die Mobilfunkunternehmen unisono über eine „unglaublich arrogante“ Verhandlungsstrategie von Apple klagen. Offensichtlich sind die Forderungen an die Mobilfunkbetreiber so hoch, dass viele jetzt schon eine Partnerschaft ausschließen. Ein weiteres europäisches Problem ist, dass es keinen europaweiten Mobilfunk gibt. Und somit könnten Lächer auf der europäischen iPhone-Vertriebslandkarte entstehen.

Falls nun die Verhandlungen scheitern, wird gemunkelt, dass der Vertrieb doch allein über Apple und die aktuellen Vertriebspartner laufen könnte. Damit würde man auch den traditionellen Apple-Händlern in



Vor wenigen Jahren noch ein Übernahmekandidat, glänzt Apple heute mit neuen Ideen. Der Markt ist skeptisch. Foto: Photos.com

Österreich sicher entgegenkommen, die stark vom iPod-Boom profitieren. Aber dem prinzipiellen Erfolg scheint nichts im Wege zu stehen – sollten dem Telefon keine halsbrecherischen Bugs innewohnen. Einer Online-Umfrage des Marktforschers M Metrics ([www.mmetrics.com](http://www.mmetrics.com)) zufolge zeigen neun Prozent der an die 11.000 im April befragten Nutzer eines Mobiltelefons in den USA starkes Interesse daran, sich ein iPhone zuzulegen. Hochgerechnet auf die amerikanische Gesamtbevölkerung, erwartet der Marktforscher 19 Mio. potenzielle Käufer für das iPhone. In Großbritannien sind 16 Prozent von knapp 5300 Befragten stark geneigt, Apples neues Mobiltelefon zu kaufen. 64 Prozent der Befragten in beiden Ländern, die ein starkes Interesse am Kauf des iPhones zeigen, besitzen bereits einen MP3-Player. Die Analysten spe-

kulieren daher, dass die Einführung des iPhones die Verkäufe von digitalen Musik-Playern beeinflussen könnte. So rechnet ein Analyst damit, dass viele Käufer künftig allein auf die MP3-Funktionen des Mobiltelefons zurückgreifen und ihre alten MP3-Spieler aussortieren werden.

Zur Überraschung vieler berichtet nun auch noch das Nachrichtenmagazin *Focus* von einem weiteren geplanten Coup. So soll derzeit ein GPS- und Soundsystem für Autos entwickelt werden, das zunächst mit dem Autohersteller Mercedes-Benz sechs Monate exklusiv angeboten werden soll.

Viele Baustellen, viele Chancen und viele Gefahren, die der „Frischobstanbieter“ aus Kalifornien zu meistern hat. Spannende Zeiten für eine Branche, die sich ständig im Umbruch befindet.