

# Lasset die Apple-Festwochen beginnen – Die neuen Großtaten des Steve Jobs

**Am Mittwoch, den 27. Januar ist Weihnachten. Um 19 Uhr mitteleuropäischer Zeit startet die Pressekonferenz von Apple und alle warten auf die Überraschungen, die der Steve Jobs- Konzern präsentieren wird. Auf der Website von Macwelt kann man das Spektakel live verfolgen: <http://www.macwelt.de/ticker/index.html>.**

Am Mittwoch, den 27. Januar ist Weihnachten. Um 19 Uhr mitteleuropäischer Zeit startet die Pressekonferenz von Apple und alle warten auf die Überraschungen, die der Steve Jobs-Konzern präsentieren wird. Auf der Website von Macwelt kann man das Spektakel live verfolgen: <http://www.macwelt.de/ticker/index.html>.

Ganz oben auf dem Wunschzettel steht ein Wunderding mit dem Namen Apple Tablet, iPad oder Magic Slate. Letzteres könnte man mit „Zaubertafel“ übersetzen. Aber das sind nur wilde Spekulationen. Genauso wild wie die Umfragen über die Nachfrage nach einem Gerät, dass wahrscheinlich noch niemand außerhalb der Firmenmauern von Apple gesehen hat. „Ein Analyst von RBC Capital Markets sagt in Appleinsider bei einem Gerätepreis von 600 US-Dollar mögliche Verkaufszahlen von fünf Millionen Tablet-PCs in 12 Monaten voraus. Nach einer aktuellen Umfrage von Network World würden 52 Prozent der Befragten bis zu 700 US-Dollar für ein Apple-Tablet ausgeben. 32 Prozent würden bis zu 1.000 US-Dollar zahlen, aber nur ein vernachlässigbarer Prozentsatz würde diese Grenze überschreiten. Ein Umfrage unter Macwelt-Lesern ergibt ein ähnliches Bild: 43 Prozent würde 750 Euro ausgeben, knapp ein Drittel sogar 1.000 Euro“, schreibt Macwelt. Was für eine geniale Marketingmaschine.

„Das Geraune ist üblich, bevor Apple ein neues Produkt vorstellt. So war es schon beim Tischcomputer iMac, beim Musikabspielgerät iPod und beim Mobiltelefon iPhone. Unumstritten ist nur eins – dass Apple ein Konferenzzentrum, das Yerba Buena Center fort he Arts in San Francisco für einige Tage Ende Januar gemietet hat“, so Götz Hamann in einer sehr klugen Analyse der Erfolgsprinzipien von Apple und Steve Jobs. Frühzeitig stellten sich die Apfel-Manager auf den digitalen Lebensstil des 21. Jahrhunderts ein: mit Multimediaprogrammen wie iTunes, iPhoto, iDVD und Garage Band. Das Vorgehen von Jobs und seinen Jüngern soll brachial sein. Nach der Firmenkultur von Apple müssten die Entwickler lange

darüber nachdenken, wie sie etwas gestalten, vom Gerät selbst bis zum kleinsten Bedienelement in einer Software.

„Wenn sie dann einmal entschieden haben, was ein Apple-Produkt leisten soll, entsteht ein enges Korsett: In jeder Baureihe beschränkte sich der Konzern auf wenige Modelle, und die Programme boten eine geringere Funktionsvielfalt als die der Konkurrenz.

Computerspezialisten klagen oft über die Diktatur, und ehemalige Mitarbeiter erzählen, wie viel Kreativität in diesem Prozess verloren geht. Aber für Millionen von Laien ist das Ergebnis hervorragend, vor allem, wenn sie Computer nur als Fenster ins Internet nutzen, als Schreibmaschine, Musikdatenbank, Fotoalbum und Videothek“, so Hamann. Ein Apple arbeite aus dem gleichen Grund problemlos mit allen anderen Mitgliedern der Produktfamilie zusammen. Das klinge simpel, ist aber Ergebnis ebenjener strengen Planung, jenes harten Managements und jener großen Disziplin – und einer der wichtigsten Gründe für den heutigen Erfolg.

Wenn heute fast alle Apple-Konkurrenten über Prinzipien der Einfachheit sinnieren, die Benutzerfreundlichkeit von Endgeräten verbessern wollen, die inflationäre Funktionsvielfalt in der Computerwelt herunterfahren und erkennen, dass Applikationen wichtiger als Hardware sind, dann belegt das nach Meinung von Branchenexperten die Richtigkeit der Steve Jobs-Philosophie: „Was viele IT-Gurus und Entwickler so langsam kapieren, ist die radikale Orientierung am Kundennutzen. Das klingt profan, ist aber in der Umsetzung ein schweißtreibendes Unterfangen. Komplexe Technik muss sich dem Prinzip der Einfachheit unterwerfen, sonst errichtet man Ziegelsteinmauern. Nicht umsonst haben angelsächsische Manager schon vor Jahren einen schönen Ausdruck für die Notwendigkeit des Wandels auf den Punkt gebracht: from brick to click nennen sie die Quintessenz dessen, was sich ändern muss. Nicht mehr herstellerorientiert agieren, sondern kundenzentriert“, betont der ungarische TK-Experte Peter B. Záboji, Chairman des After Sales-Unternehmens Bitronic. Mit den Feature-Obsessionen von selbstverliebten Ingenieuren komme man nicht weiter.

So schnell wird wohl die Konkurrenz dem Beispiel von Apple folgen können: „Keiner verbindet wie Apple aus eigener Kraft so viele Märkte: Musik wie Heimcomputer, Software wie Mobilfunk und in Ansätzen auch den Filmverleih. Sie alle müssen für die nächste Generation von Geräten und Dienstleistungen zusammengebracht werden“, erklärt Zeit-Redakteur Hamann.

Konzernchef Jobs spüre, was die Leute wollen, bevor sie es selbst wissen, sagt auch Paul Saffo, Zukunftsforscher aus

dem Silicon Valley. „Steve hat eine phänomenale Intuition, wie man Branchen umwälzt.“ Die Auguren würden Jobs und Apple so ziemlich alles zutrauen: ein Mini-Notebook, eine Spielkonsole, sogar einen Internetfernseher. Entsprechend euphorisch äußert sich Saffo über neue Großtaten von Jobs: „Ich garantiere, dass der iPad für Filme, Spiele, Zeitungen und Bücher das sein wird, was der iPod für Musik war“. Das größte Asset sei dabei iTunes, meint Björn Behrendt, Geschäftsführer der Service-Community: „Denn das Zeitalter der digitalen On-Demand-Medien, seien es Musikstücke, Zeitungen, Filme, Software oder Bücher, hat gerade erst begonnen. Ich bin mir sicher, dass wir uns in zwei bis drei Jahren das Entertainment-Programm mittels iTunes sowohl auf Settop-Boxen, Internet-TVs, Readern, Netbooks oder über mobile Endgeräte zusammenstellen.“

Diskussionen/Kommentare unter: <http://ne-na.de/lasset-die-apple-festwochen-beginnen-die-neuen-gro-taten-des-steve-jobs/00255>

---

**Unternehmensinformation / Kurzprofil:**

Online-Nachrichtendienst NeueNachricht  
[www.ne-na.de](http://www.ne-na.de)

---

**Leseranfragen:**

Redaktion  
NeueNachricht  
Gunnar Sohn  
Ettighoffer Straße 26a  
53123 Bonn  
Tel: 0228 – 622243  
Mobil: 0177 – 620 44 74  
E-Mail: [gunnareriksohn@googlemail.com](mailto:gunnareriksohn@googlemail.com)  
URL: <http://www.ne-na.de>

---

**Weitere Infos zur Pressemeldung:**

<http://ne-na.de>

---

**Diese Seite kommt von**

<http://www.firmenpresse.de>

**Die URL für diese Seite ist:**

<http://www.firmenpresse.de/pressinfo155939.html>