

iPad mini: Fragt nicht, was ich getan hätte

Schon seit den ersten Gerüchten aus Asien diskutiert die Fangemeinde über das neue iPad im Internet

Von Thorsten Vaas

Was Steve Jobs vor einigen Jahren konsequent abgelehnt hatte, stellt sich heute als Bestseller heraus: das iPad mini von Apple. Drei Millionen Minis und iPads der vierten Generation gingen in den ersten drei Verkaufstagen über den Ladentisch. Aller Skepsis zum Trotz zeigen sich viele Käufer auch ohne Retina-Display bereits überzeugt von dem kleinen

Das ist Apfeltalk.de

Die Apfeltalk GmbH betreibt eine der größten Apple-Communitys in Deutschland. Sie verzeichnet derzeit acht Millionen Pageimpressions und zweieinhalb Millionen absolut eindeutige Besucher/Monat. Gegründet wurde das Webportal im Jahr 2003 von Gerd Pleyer und Jesper Frommherz. Apfeltalk steht laut alexa.com auf Platz 567 der meistbesuchtesten Internetseiten in Deutschland. (tv)

Esprit von Jobs so wie das „One more Thing“, sprich die Überraschung nach dem Pflichtprogramm.

Jens Lönneker, Geschäftsführer des Marktforschungsunternehmens Rheingold, behauptet, Tim Cook fehle die Autorität und Aura eines Steve Jobs'. Wie wirkt der Apple-CEO auf Sie?

Tim Cook wirkt auf mich durchaus sehr autoritär, ist aber kein Jobs. Dabei sollte man bedenken, dass Cook und Jobs zwei völlig verschiedene Personen sind, die laut jeweils eigener Aussage nicht wollen, dass einer ist wie der andere. Cook führt seinen Konzern, aber eben anders. Nicht zwangsläufig schlechter.

Viele Nutzer reagieren genervt auf

Tablet. Denn Ärger gab es in der Vergangenheit genug: ein viel kritisierter Karten-Dienst, Berichte über empfindliche Metalloberflächen beim iPhone. Gipfel der Kritik war für einige Nutzer die Vorstellung eines neuen iPad 4 im California Theatre in San Jose im Oktober – gerade einmal siebeneinhalb Monate nach Veröffentlichung des iPad 3. In der Regel liegt die Halbwertszeit mobiler Apple-Geräte bei einem Jahr, weshalb sich einige Kunden nun fragen, ob ein bis zu 800 Euro teures Gerät zum alten Eisen gehören soll. „Das iPad der dritten Generation ist kein altes Produkt“, sagt Martin Kuderna von der Apple-Pressestelle. Die schnelle Aktualisierung habe einen guten Grund: „Apple stellt diese Weiterentwicklung seinen Kunden zeitnah zur Verfügung“, sagt Kuderna, der damit Verbesserungen um das hochauflösende Retina-Display und den neuen Prozessor anspricht. Dazu kommt der Lightning-Anschluss, eine verkleinerte Version der bisherigen Daten- und Ladekabelbuchse. Wer Glück hat, kann sein iPad 3 gegen das neue Modell umtauschen (siehe Interview).

Harte Konkurrenz

Ein Trostpflaster für diejenigen, die nicht so viel Glück haben, scheint das iPad mini zu sein – ohnehin von vielen Kunden längst herbeigesehnt, vom früheren Apple-Chef Steve Jobs aber stets ausgeschlossen. Er hatte seine Mitarbeiter jedoch auch ermahnt, sich nicht zu oft zu fragen, was er getan hätte. Und so soll das iPad mini den kleinen Tablets großer Firmen wie Amazon und Google Paroli bieten. Nur: Kann es mithalten? Zweifelsohne: Dem Äußeren nach schon. Laut Apple ist das iPad mini mit einer Dicke von 7,2 Millimetern und einem Gewicht von 308 Gramm 23 Prozent dünner und 53

Prozent leichter als das iPad der dritten Generation. Auch Fachleute vergeben dem Mini in Sachen Verarbeitung Bestnoten. Über die inneren Werte diskutiert die Fangemeinde in Internetforen, denn technisch gesehen bleibt das iPad mini hinter manchen Erwartungen zurück. Im 20-mal 13,5 Zentimeter großen Gehäuse arbeitet ein Prozessor, der etwa halb so schnell ist wie das aktuelle Modell im iPad 4. Das Multi-Touch-Display mit einer Diagonale von 7,9 Zoll bietet zwar eine um 35 Prozent größere Fläche als alle anderen Siebenzöller auf dem Markt, jedoch eine Auflösung, die der des iPad 2 entspricht. Soll heißen: Apple versagt der kleinen Variante ein hochauflösendes Retina-Display. Warum Apple auf die Retina und den A6X-Chip verzichtet, dazu äußert sich die Pressestelle auf Nachfrage nicht. „Es ist zwar nicht Retina, aber bedingt durch den kleineren Bildschirm bei gleicher Auflösung eines iPad 2 sicherlich scharf genug, um nah an ein Retina-

Apple büßt Marktanteile ein

Apple ist mit einem Marktanteil von derzeit 50,4 Prozent **führend im Tablet-Bereich**. Im dritten Quartal musste der Konzern aus dem kalifornischen Cupertino jedoch Anteile an die Konkurrenz abgeben (3. Quartal 2011: 59,7 Prozent), berichtet IDC, nach eigenen Angaben der weltweit führende Anbieter von Marktinformationen auf dem Gebiet der Informationstechnologie und der Telekommunikation. Insbesondere Konkurrent Samsung legte beim Absatz um 325 Prozent zu und erreichte einen Marktanteil von 18,4 Prozent. Amazon kam auf 9 Prozent. Das schwächere Wachstum Apples im Vergleich zur Kon-

Display ranzukommen“, sagt Christian Blum, leitender Redakteur bei Apfeltalk.de, einem der größten Apple-Webportale Deutschlands. Die Auswahl des Prozessors kann er sich nur so erklären: „Gewinnmaximierung, Kosten oder Platzverbrauch.“

Sandpapier für die Finger

Auf den ersten Blick scheint es, als wolle Apple zuerst zur Konkurrenz aufschließen, anstatt sie mit einem Retina-Display zu überholen, schreibt beispielsweise ein Nutzer auf Apfeltalk.de. Was wäre jedoch der Preis einer noch höheren Auflösung in einem so kleinen Gerät gewesen? Eine Antwort hatte Apple-Gründer Jobs: „Auch wenn man die Auflösung eines kleineren Bildschirms natürlich erhöhen kann, so ist das doch bedeutungslos, solange man nicht Sandpapier dazu ausliefert, damit der Kunde seine Finger auf ein Viertel der normalen Größe schleifen kann.“ Hätte der iPod, wie

kurrenz hänge mit Gerüchten um das iPad mini zusammen, auf das wohl viele Kunden gewartet hätten. „Nach einem sehr starken zweiten Quartal verlangsamte sich das Wachstum bei Apple sowohl bei den Konsumenten als auch bei den Geschäftskunden“, sagte Tom Mainelli von IDC. Er rechnet nun nach Markteinführung des iPad mini und des iPad 4 wieder mit einem starken vierten Quartal für Apple. Insgesamt wurden im dritten Quartal 2012 weltweit 27,8 Millionen Tablets abgesetzt, was einem Wachstum von 49,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal entspricht. (tv)

Jobs post mortem gern bezeichnet wird, seine Meinung je geändert, so, wie er es oft genug getan hatte?

Jedenfalls kommen die Minis von Google und Amazon mit einer höheren Auflösung daher, die offenbar doch ein besseres Bild liefert, wie Ray Soneira von „DisplayMate“ behauptet. Er ließ in einem Test Apples Mini gegen die Tablets von Google und Amazon antreten – Fazit: Das Display überzeugt, im Vergleich zur Konkurrenz schneidet es aber schlechter ab. Was nicht bedeutet, dass es ein technischer Flop ist. „Jedes Tablet hat einen speziellen Nutzer, für den es gedacht ist. Wem das iPad mini nicht zusagt, der kann sich bei einem Nexus oder Kindle bedienen. Wer ein kleineres Apple-Gerät braucht, wird sich über das iPad freuen. Eine Koexistenz ist sicherlich sehr gut möglich“, sagt Christian Blum, der damit bereits kurz nach der Vorstellung des kleinen iPads den allgemeinen Tenor vieler Testberichte voraussagte.

Eine Preisfrage

Einzig der hohe Preis des Minis wird von den Testern und der Fangemeinde kritisiert. Gegenüber Reuters begründete Phil Schiller, Apples Marketing-Chef, den hohen Preis (329 Euro für das Einstiegsmodell), den Apple von seinen Kunden verlangt, und der rund 130 Euro über den direkten Konkurrenz-Produkten wie Googles Nexus 7 und Amazons Kindle Fire HD liegt: Beim iPad mini handle es sich um ein Premiumprodukt, das sich allein seiner knappen Ausmaße und seines geringen Gewichts wegen von seinem Mitbewerber abhebe. Schließlich seien Apple-Kunden bereits in der Vergangenheit bereit gewesen, für das große iPad einen höheren Preis zu bezahlen. Dieses Mal werde das nicht anders sein. Er sollte Recht behalten.

Interview

„Apple steht für Komfort, Sicherheit und Service“

Christian Blum von Apfeltalk.de hat die Keynote von Apple live im Internet kommentiert

Christian Blum



ist leitender Redakteur bei Apfeltalk.de und begleitet Ereignisse rund um Apple auf einer der größten Apple-Communitys im deutschen Netz.

mir aktuell zu weit. Apple versteht es, die eigenen Produkte zu hegen und zu pflegen. Das tun sie unter anderem damit, indem sie sich Konkurrenzprodukte ansehen und reagieren. Apple kommt mir seit dem iPad etwas vorsichtiger vor. Wirkliche Neuerungen, die nichts mit einer Vergrößerung oder Verkleinerung bestehender Produkte zu tun haben, werden wohl noch eine Weile dauern.

In der Vergangenheit häufte sich die Kritik an Apple, unter anderem wegen der schlechten Karten-App und einer empfindlichen Oberfläche beim iPhone. Jetzt die Vorstellung des iPad 4. Welchen Eindruck haben diese Kritikpunkte bei Ihnen hinterlassen?

Da Apple inzwischen in aller Munde ist, bleibt die Suche nach Schwachpunkten nicht aus. Maps

den kurzen Innovationszyklus beim iPad. Können Sie den Ärger nachvollziehen?

Jede Umstellung zieht eine Blockade der Nutzer nach sich. Apple hat seit dem iPhone bei iDevices zirka zwölf Monate Zeit gegeben, bevor das neue Gerät rauskam. Ich könnte mir denken, dass das iPad 4 nur deshalb jetzt erschien, weil Apple möglichst schnell alle iDevices auf Lightning haben wollte, damit der Endnutzer nicht noch Ewigkeiten zweierlei Standards nutzen muss. Natürlich verstehe ich den Ärgenderer, die das iPad 3 erst kürzlich erworben haben – allerdings tauscht Apple diesen Kunden auf Anfrage das Gerät 1:1 gegen die neue Generation.

Was halten Sie von Apples aktueller Innovationspolitik? Von Innovation zu sprechen,ginge

war unglücklich, da der Vertrag mit Google noch ein Jahr hätte genutzt werden können. Was die Kratzeranfälligkeit oder das iPad 4 angeht, weichen die „Unruhen“ kaum von der Norm ab.

Schadet Apple damit seinem Image? Bei jenen, die einen Imageschaden brauchen, um die Entscheidung über den Erwerb von Produkten anderer Hersteller zu rechtfertigen, ist ohnehin kaum mehr was zu retten. Andere, die sich bewusst für Apple entscheiden, werden diese Diskussion womöglich ausblenden. Fakt ist, dass Apple der einzige Hersteller ist, der Fehler wie etwa ein verkraztes iPhone sofort durch einen problemlosen Austausch behebt. Anderen Herstellern müsste man vermutlich lange beweisen, dass man selbst nicht Verursacher der Schäden ist.

Wofür steht die Marke Apple heute?

In vielerlei Augen mag es „Coolness“ oder „Dazugehörigkeit“ sein. Für mich ist es in erster Linie Komfort, Sicherheit und Service.

E-Books im Unterricht

Apple will im Bildungssektor Fuß fassen

Das iPad im Schulranzen. Das klingt nach einer Lernmethode aus der Zukunft, wenn Schüler nicht mehr über Lehrbüchern büffeln, sondern auf einen Bildschirm schauen, digitale Notizen und Lesezeichen setzen. Wenn es nach Apple geht, soll das schon bald Realität werden. Und tatsächlich dringt Apple immer weiter in Schulen und Universitäten vor: Führende amerikanische Schulbuchverlage wollen ihre Bücher über Apples iBook-Store verkaufen – für maximal 14,99 Dollar. Allein der Preis wird Studenten sehr entgegenkommen, da Fachbücher meist mehrere hundert Dollar kosten. Bislang beschränkt sich die Initiative auf den amerikanischen Markt, könnte aber auf lange Sicht den Buchmarkt und die Bildungslandschaft in Deutschland nachhaltig verändern. Laut einem Bericht der „Welt“ gebe es bereits Gespräche zwischen Apple, den Kultusministerien und Schulbuchverlagen in Deutschland.

Dr. Christoph Schüly, Pressereferent im Ministerium für Kultus, Jugend und Sport, bestätigt diesen Kontakt mit dem Konzern aus Cupertino. Derzeit laufe eine Machbarkeitsstudie, die sich mit dem Einsatz von Tablets im Unterricht beschäftige. Dennoch könnten digitale Schulbücher gedruckte Ausgaben bislang nur punktuell ersetzen, da sich die digitalen Fassungen noch im Entwicklungsstadium befänden.

In Baden-Württemberg nutzen Grundschulen und vor allem weiterführende Schulen bereits versuchsweise Tablets im Unterricht und leihen sich Klassensätze bei Medienzentren aus. Sieben solcher Medienzentren im Land setzen sich verstärkt für die Arbeit mit iPads im Unterricht ein und schulen Lehrer. „Insbesondere fördern Tablets einen individualisierten, arbeitsteiligen Unterricht, der ohne großen Aufwand in den regulären Unterricht integriert werden kann“, sagt Schüly. (tv)

Bildung: Ein Baustein im Tablet-Sektor

Bereits vor mehr als 40 Jahren gab es ein Konzept, das dem iPad erstaunlich ähnlich war

Als Alan Kay von der US-amerikanischen Firma Xerox 1968 ein neues Gerät präsentierte, hatte er eine Vision. Ein kleiner, billiger Computer, den alle Menschen über eine grafische Benutzeroberfläche bedienen können. Vor allem Kinder sollten von jenem Gerät namens **Dynabook** profitieren und bereits in der Grundschule mit dem Programmieren beginnen. Der Clou dabei: Das Dynabook bestand aus einem Bildschirm mit integrierter Tastatur, das man sowohl über die Tasten als auch über einen Druck auf den Bildschirm bedienen konnte. Ein Konzept, das 44 Jahre später aufgeht: Apples iPad und die Idee dahinter sind dem Dynabook nicht unähnlich.

Nach dem Dynabook stagnierte die Entwicklung der Tablets einige Zeit. Der Kalte Krieg nahm an Fahrt auf, das Militär interessierte sich für eine weitere neue Computertechnik: die **SSD-Speicher**, ähnlich einer heu-

pflanzte: Die Bedienung mittels eines Stifts und die Handschriftenerkennung beeindruckten zwar Fachleute, die Kunden jedoch nicht. Auch das Newton war schlicht zu teuer, die Produktion wurde 1998 eingestellt – zwei Jahre, nachdem Palm den **Palm-Pilot** veröffentlicht hatte, einen PDA, der erstmals auf dem Markt Fuß fassen konnte. Nach einer Zusammenfassung des „Handelsblatts“ dauerte es bis ins Jahr 2006, als Microsoft ei-



Eine Slideshow zur Entwicklung der Tablet-PCs finden Sie im Internet unter **www.schwaebische.de/tablet-entwicklung** oder, wenn Sie diesen QR-Code mit Ihrem Smartphone scannen.

