



Steve Jobs während seiner 90 Minuten-Show voll im Element, locker, geistreich und geniessend



Die Unterstützung der neuen HD-Technologien ruft nach der Zusammenarbeit mit Sony, dem Hardware-Leader in diesem Segment



Der neue iPod shuffle (rechts): Die Design-Ikone wird die Konkurrenz zum Umdenken anregen

Macworld, 11. bis 14. Januar 2005, San Francisco

Apples kluge strategische Schachzüge

In seiner Eröffnungrede anlässlich der Macworld (11. bis 14. Januar 2005) in San Francisco hat Apples CEO Steven Jobs die schon länger kursierenden Gerüchte bestätigt und den neuen Billig-Mac mini für unter 700 Franken bzw. 499 US-Dollar und den neuen iPod shuffle, der erste Apple-iPod mit Flashspeicher für 99 US-Dollar (139 Franken) der applaudierenden Fangemeinde vorgestellt. Apple hat damit den Angriff von Microsoft an der CES gegen die Vorherrschaft im digitalen Musikumfeld mit besten Argumenten pariert.

Die Erfolgsstory des zum Kultobjekt gewordenen iPods ist einzigartig: Am 16. Dezember 2004 meldete Apple den Verkauf des Zehnmillionsten iPod, davon 8,2 Millionen im letzten Jahr. Damit hat Apple seinen Marktanteil bei den portablen Musikplayern von 31 Prozent im Jahr 2003 auf 65 Prozent im letzten Jahr hochgeschraubt. Über den Musicstore werden pro Tag rund 1,25 Millionen Songs (ca. eine halbe Milliarde Songs pro Jahr) herunter geladen und mit iTunes (läuft sowohl auf Mac wie auf dem PC und ist gratis) wird ein Marktanteil von 70 Prozent im stark wachsenden Markt der Musiksoftware gehalten. Im Musicstore werden von den vier wichtigsten Musiklabels und von weiteren 600 unabhängigen Labels über eine Million Songs zu einem Downloadpreis von 99 Cents pro Song angeboten. In der Schweiz ist dieser Service noch nicht aktiv.

Formate und Allianzen

Die iPod-Familie basiert auf einer Minifestplatte mit Kapazitäten bis zu 40 Gigabyte und umfasst die Fa-

milien iPod, iPod photo und iPod mini. Klar, dass dies die Konkurrenten, angetrieben von Microsoft, zu Gegenmassnahmen herausforderte. So wurden an der CES in Las Vegas nicht nur Allianzen beispielsweise mit Sony bekannt gegeben, sondern gleich Dutzende von neuen mobilen MP3-Musikabspielprodukten auf der Basis von Festplatten und Flashspeichern gezeigt. iPod ist einerseits kompatibel mit dem im Internet am weitesten verbreiteten MP3-Format und kann Musik, welche im Microsofts Windows Media Player-Format aufgenommen wurde konvertieren. Apple selber verwendet aber lieber das AAC-Format (Advanced Audio Coding) – ein zentraler Bestandteil der MPEG-4 Spezifikation – das Audiodateien weitaus effektiver komprimiert als MP3. AAC wird aber vom Windows Media Player nicht verstanden und da beginnt das Problem von Microsoft. Ungeschützte Musikfiles im WMA-Format (Windows) lassen sich jedoch ins AAC-Format konvertieren. Zudem bietet Apple einen Lossless Codierer an für die Musikwiedergabe in höchster Qualität.

Flashspeicher-Player von Apple

Geräte mit Minifestplatten haben Kapazitäten von mehreren Dutzend Gigabyte und können so auch Fotos und Videos sowie andere digitale Daten speichern und abspielen. Produkte mit Flashspeicher (Halbleiterspeicher) haben deutlich kleinere Kapazitäten für einige Dutzend Songs, verfügen über einen USB-Anschluss und können teilweise auch PC-Daten aufnehmen. Produkte mit Flashspeicher halten heute einen Marktanteil von 29 Prozent am portablen Musikplayermarkt, die meisten sind mit 256 Megabyte Flashspeicher ausgerüstet und fallen ins Preissegment um die 150 US-Dollar. Nun greift Apple auch noch diesen Markt mit dem iPod shuffle frontal an und bietet zu einem günstigen Preis ein kleines leicht bedienbares Designwunder in der Grösse eines Kaugummipäckleins, je nach Ausführung mit 512 Megabyte bzw. einem Gigabyte an. So lassen sich in der 512-Megabyte-Version bis zu 120 Songs speichern, bei der Ein-Gigabyte-Ausführung doppelt so viel. Über USB kann mit der neuen iTunes-Software der PC oder der Mac angeschlossen werden. Der iPod shuffle eignet sich auch als Datenspeicher. Eine Stunde nach der Vorstellung rissen sich die Leute im Apple-Store um die Ecke – es sind schon deren 101 weltweit – bereits die Produkte aus den Händen.

Mac mini

Die zweite Neuankündigung war der

Mac mini, ein 1,3 Kilogramm leichter «Desktop»-Computer, etwa fünf Zentimeter hoch, mit 16 Zentimeter Kantenlänge zu einem Preis von 499 US-Dollar (699 Franken) inkl. Mac OS X und dem neuen Softwarepaket iLife05.

Warum einen Billigmac? Dies fragten sich viele Beobachter. Der Grund liegt in der Tatsache, dass in den USA rund 13 Prozent der iPod-Benutzer, begeistert von Design und Easy-to-use, vom Windows-PC auf einen Mac umgestiegen sind. Diesen Trend möchte man mit dem neuen Mac, ein sogenanntes BYODKM-Produkt (Bring Your Own Display, Keyboard and Mouse) fördern und den Anwender dazu zu bringen, einen Mac als Zweitsystem, mit der bereits vorhandenen Peripherie, zu kaufen. Dass man dabei auch noch das Viren-Problem elegant lösen könnte, wurde nicht explizit erwähnt.

Apple braucht dringend eine grössere Stückzahl an Units im Markt und wird mit dem Mac mini diesbezüglich Einiges erreichen können. Da das Gerät auch alle notwendigen Schnittstellen besitzt, dürfte der Kleine auch für den preissensitiven Schulmarkt gut geeignet sein. Neben den Hardware-Ankündigungen wurde auch ein eindrücklicher Einblick in das neue Betriebssystem «Tiger» mit 200 total neuen Features gewährt, welches in der zweiten Jahreshälfte ausgeliefert wird («long before Longhorn...»). Applausstürme lösten die universellen Suchmaschine Spotlight, das neue QuickTime, welches den neuen Videokodierungsstandard H.264 (MPEG-4 Part10, für High Definition Video)

unterstützt, das neue iChat mit völlig neuen Videokonferenzmöglichkeiten und das Dashboard, welches unterschiedlichste Minianwendungen wie Umrechner, Wetterprognosen, Börsenkurse, Weltzeiten usw. jederzeit auf den Display bringen kann. Weitere Software-Produkte waren das neue iLife mit totaler Überarbeitung von iDVD, iFoto, iMovie, GarageBand, iTunes und das neue Produkt iWorks mit der Präsentations-Software Keynote 2 und Pages, einem Layoutprogramm, welches auf ausgeklügelten Apple-Templates beruht.

Und zu guter Letzt: 2005 wird das Jahr von High Definition. Alle Apple-Produkte, dazu gehören auch Final Cut Pro HD und neu Final Cut Express für HDV, unterstützen bereits jetzt diese Standards und können sowohl mit Blu-ray wie auch mit HD-DVD umgehen. Besser hätte man dies nicht aufzeigen können als mit dem Auftritt des Sony-Präsidenten Kunitake Ando, welcher völlig begeistert über Apple und seine Software sprach.

Dass Steve Jobs so nebenbei mit der neusten HDV-Handycam Sony HDR-FX1 für den Consumermarkt herumspielte, war sicher auch ein Bestandteil der grossen Show. Spielt hier Sony ein doppeltes Spiel, auf der einen Seite die Zusammenarbeit mit Microsoft gegen Apple, angekündigt an der CES und auf der anderen Seite das Engagement mit Apple im HDTV-Markt, nach dem Motto «Keep your options open»?

Robert Weiss,
San Francisco