



Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay

Digital Lifestyle

Apple überzeugt mit neuen Produkten und einer glasklaren Strategie •
Gespräch mit Roger Brustio, Chef der Apple Computer AG, Schweiz

INTERVIEW



Apple hat in seiner fast 30-jährigen Firmengeschichte zweifellos einige Hochs und Tiefs

erlebt. Als Pionier beim Bau von Personal Computern löste Apple mit dem Macintosh, dem Laserwriter und den beiden Software-Legenden Adobe und Aldus 1985 die DTP-Revolution aus, in deren Folge sich die Druckindustrie komplett veränderte. Visionär war Apple auch danach: 1992 wollte Apple mit dem Newton, dem Personal Digital Assistant, die Welt verändern und scheiterte: man war zu früh am Markt. Nach zahlreichen Führungswechseln trudelte Apple immer tiefer in die Krise und versank fast in die Bedeutungslosigkeit. Auch der 1997 an die Spitze des Unternehmens zurückgekehrte Steve Jobs konnte den Abstieg Apples von ehemals 16% Marktanteil (1995 war Apple bei PCs in den USA Marktführer) nicht aufhalten. Nun scheint Apple wieder auf Erfolgskurs. Und zwar kräftig.

»Ich bin froh, dass aus diesem Thema die Emotionen raus sind,« so Roger Brustio, Managing Director, Apple Computer AG, Wallisellen bei Zürich, auf den Verlegerentscheid der drei großen Schweizer Tageszeitungen, von Apple auf PC umzusteigen, angesprochen. Nach seiner Einschätzung wurde eine unverhältnismäßige Panikstimmung in den Medien verbreitet (übrigens hauptsächlich in denen, die an dieser Entscheidung beteiligt waren). »Inzwischen sehe ich das ziemlich entspannt. Der Entscheid der drei großen Verlage war eindeutig kostenorientiert. Man werde aus zwei Plattformen nun eine machen, so die offizielle Begründung. Aber der Zeithorizont, den sich die Verlage gesetzt haben, reicht ja bis 2007. Und da fließt noch ziemlich viel Wasser den Rhein herunter.«

Brustio ist nicht davon überzeugt, dass sich der Um- oder Ausstieg auf nur noch eine Rechnerplattform unter dem Strich rechnet. Schließlich bröckelt es bereits an der Front: die TaMedia hat ihre IT bereits per Out-

sourcing nicht mehr in eigener Verantwortung.

TCO-Studien sind Mangelware

»Viele wissen, dass die Unterhaltung eines Macs deutlich weniger aufwendig ist als der Support eines PC. Vor allem darf man den Anschaffungspreis nie isoliert sehen. Betrachtet man die Kosten insgesamt, dürfte der Mac nach wie vor der wirtschaftlichere Rechner sein,« so Brustio. »Und wer glaubt, mit nur einer Plattform besser zurecht zu kommen, sollte nicht vergessen, dass er zunächst einen erhöhten Schulungs- und Umstellungsaufwand hat, der den Bonus der Anschaffungspreise wieder auffrisst.« Dazu kommen die Kosten des Unterhalts. »Leider gibt es keine aktuelle Studie, die zeigt, wie sich die Unterhaltskosten von Mac oder PC verhalten«, bedauert Brustio. »Die wären, je nachdem, wer die Studie in Auftrag gibt, nach Kundensicht eventuell eingefärbt. Also bleiben TCO-Studien (Total Cost of Owner-

ship) Mangelware. Aber es gibt zahlreiche Referenzen und Serviceträger, die man vergleichen kann und die belegen, wie gut der Mac ist.« Und er fügt hinzu: »Wir sind in der Schweiz ein kleines Team von 18 Mitarbeitern. Und wir haben quasi keinen Support – wir brauchen keinen!«

Angebissen, aber gut aufgestellt

Dieses Selbstbewusstsein kann sich Roger Brustio offensichtlich erlauben. Denn er sieht Apple »besser aufgestellt denn je«. Schließlich wächst die Marke mit dem angebissenen Apfel derzeit über dem Branchendurchschnitt, macht kräftige Gewinne und investiert heftigst in Forschung und Entwicklung.

Das war freilich nicht immer so. Brustio resümiert: »Als es Apple Ende der 90er Jahre weniger gut ging, haben wir gespürt, wie loyal unsere Kunden sind. Dafür sind wir auch dankbar.« Doch darauf alleine kann und will sich Apple nicht verlassen. »Wir haben auf der diesjährigen



drupa Flagge gezeigt. Das hat Signale in der Print- und Publishing-Industrie gesetzt. Unsere Kunden haben diesen Auftritt sehr positiv bewertet.«

Und das nicht ohne Grund. Apple hat inzwischen eine perfekt abgerundete Produktpalette, die vom eMac und iMac über die PowerBooks und G5-Desktop-Rechner bis zu den ausgewachsenen Server-Systemen reicht und mit den eigenen Monitoren bis zu 30 Zoll vor allem für die Profis im Publishing-Bereich die perfekte Ausstattung bietet. Die Apple-Server der Xserve-Klasse mit RAID-Systemen unterstützen dabei auch Windows- und Linux-basierte Umgebungen und mit Xsan hat Apple ein schnelles Storage Area Network (SAN) File-System vorgestellt, das höchste Performance mit einfacher Bedienung kombiniert und einen skalierbaren und schnellen Zugang zu zentral abgelegten Daten bietet.

Auch die Umstellung von OS9 auf OS X geht nach Aussage von Roger



res gab es weltweit bereits 10 Millionen OS X-Anwender. Und auch hierzulande haben viele mittlere und kleinere Verlage schon komplett umgestellt. Auch in Druckereien schreitet die Umstellung permanent voran.«

OS X ist nach wie vor der große Hoffnungsträger für Apple. Denn in diesem Betriebssystem sieht Apple seine aktuelle Philosophie begründet: »OS X bietet die Leistungsfähigkeit und Stabilität von Unix, kombiniert mit der Einfachheit und Eleganz des Mac. Und da der Trend immer mehr in Richtung Neutralität geht, das heißt serverbasiertes und browser-

orientiertes Arbeiten, spielt OS X hier seine ganze Stärke aus,« so Brustio. Das Argument, es gebe noch zu wenig Software, die mit Mac OS X kompatibel sei, hat sich inzwischen auch überholt. Nach Informationen von Apple gibt es derzeit mehr als 10.000 OS X-Applikationen.

Den größten Vorteil für die Zukunft des Unternehmens sieht Brustio jedoch in der Tatsache begründet, dass Apple nicht nur Computer-Hardware herstellt, sondern ebenso das Betriebssystem sowie Anwendungs-Software. »Bei Apple gibt es keine isolierte Entwicklung, alles ist aufeinander abgestimmt und die

Roger Brustio, Managing Director, Apple Computer AG, Wallisellen bei Zürich, sieht Apple für die Zukunft sehr gut aufgestellt. Schließlich wächst die Marke mit dem angebotenen Apfel derzeit über dem Branchendurchschnitt, macht kräftige Gewinne und investiert heftigst in Forschung und Entwicklung. Dabei wird der Mac zunehmend zum Dreh- und Angelpunkt für Lifestyle-Daten wie Fotos, Musik und Videos, ohne die professionelle Klientel zu vernachlässigen.

Kommunikation in Forschung und Entwicklung geht extrem kurze Wege.«

Digital Lifestyle

»Der Markt hat sich in den letzten zwei Jahren völlig verändert,« stellt Brustio fest. »Es geht weg von Bits und Bytes hin zur Lösungsorientierung. Der Fokus liegt eindeutig auf dem Kundennutzen und beendet den Geschwindigkeitswahn, der nicht weiter hilft. Und gerade da hat Apple einiges zu bieten.«

Apple bietet viele Elemente, die der Kreative braucht. Dazu gehören auch Video und Musik, eben Software für die professionelle Video- und Musikproduktion. In diesem Bereich geht eigentlich nichts ohne Apple. Aber Apple bietet auch Software für das Büro, für Präsentationen oder Consumer-Software wie i-Photo oder i-Life. »Der Mac wird zunehmend zum Dreh- und Angelpunkt für Lifestyle-Daten wie Fotos, Musik und Videos,« sagt Brustio. Die Befürchtung, dass Apple auf-



Beeindruckende Produkt-Palette: vom eMac und iMac über die PowerBooks und G5-Desktop-Rechner bis zu den ausgewachsenen Server-Systemen und den eigenen Monitoren bis zu 30 Zoll bietet Apple vor allem für die Profis im Publishing-Bereich die perfekte Ausstattung.

Apples iTunes mit mehr als einer Mio. Songs

Der Apple iTunes Music Store hat in den USA die Eine-Million-Songgrenze überschritten und ist nun nach eigenen Angaben der weltweit einzige Online-Musikservice, der mehr als eine Million Titel in seinem Katalog führt. Laut Apple sind Lizenzverträge mit allen fünf Major Labels sowie mehr als 600 führenden Independent Labels abgeschlossen worden. Weltweit hat Apple via iTunes bereits mehr als 100 Mio. Titel verkauft und kommt im Bereich legaler Musikdownloads nach eigenen Angaben auf einen Marktanteil von 70%.

In Europa war iTunes am 15. Juni dieses Jahres gestartet und hatte innerhalb der ersten Woche seines Bestehens 800.000 Songs verkauft. Nach anfänglichen Lücken im Sortiment hat Apple Mitte Juli seine Streitigkeiten mit den europäischen Indies beigelegt, die sich über die zu lange Vertragsdauer und das unflexible Preissystem beklagt hatten. In Europa machen Independent-Künstler fast ein Viertel der Gesamtumsätze der Musikbranche aus.

Inzwischen arbeiten Motorola und Apple zusammen, damit Millionen von Musikfans ihre Lieblingsongs aus iTunes auf ihrem PC oder Mac über Bluetooth oder USB auf die nächste Generation von Motorola-Mobiltelefonen übertragen können. Der von Apple entwickelte mobile iTunes Music Player wird in der ersten Hälfte des nächsten Jahres auf allen Musik-Handys von Motorola verfügbar sein.

Mit der Kombination aus iTunes, iPod und AirPort Express mit AirTunes bietet Apple eine komplette Lösung für durchgängiges Hörvergnügen – sei es unterwegs mit dem iPod oder in den eigenen vier Wänden per drahtlosen Stream vom PC oder Mac auf jede Stereoanlage im Haus.

➤ www.apple.com/itunes

Vom kleinsten Produkt, dem digitalen Musicplayer iPod, bis zum ausgewachsenen Serversystem im Terrabyte-Bereich mit RAID- und Netzwerktechnologie spannt Apple inzwischen seine Produktpalette. Daneben werden neue Software-Module hergestellt, die Apple's Stärke ausspielen.



grund des iPod-Erfolges nun das Computergeschäft vernachlässigen könnte, sieht Brustio nicht. »Wir sind nicht auf dem iPod-Trip. Wir haben diesen neuen Markt entdeckt und entwickelt! Und das vorhandene Potenzial nutzen wir auch aus. So etwas kann man aber nur machen, wenn man weiß, wie man mit Hardware, Software und dem Internet umgeht.«

Der Musikspieler iPod hat das Geschäft von Apple (bis Ende 2003 hatte Apple bereits über 2 Millionen iPods abgesetzt) zweifellos beflügelt. Immerhin lag der Marktanteil an digitalen Musikabspielgeräten 2003 weltweit bei 25% (in der Schweiz bei 45%) und bezogen auf mobile Harddisc-basierende Player gar bei 95% (nach einer Untersuchung von »Understanding and Solution aus dem Januar 2004).

Wettbewerb von anderen Herstellern wird sich wohl erst im Herbst einstellen, wenngleich die bis jetzt präsentierten Lösungen zumindest vom Design arg gegenüber dem iPod von Apple abfallen.

Renaissance des Apple?

Aber Apple hat auch deutlich mehr Computer verkauft – möglicherweise initiiert durch den Erfolg des iPod, deren Käufer sich nun auch für die Apple-Rechner erwärmen können. Der Absatz stieg im 3. Quartal des Geschäftsjahres 2003/2004 um 14% auf 876.000 Stück, vor allem getragen durch den Absatz an PowerBooks. Analysten schätzen, dass inzwischen etwa 50% aller verkauften Apple-Rechner mobile PowerBooks sind und dass der Umsatz des Unternehmens in diesem Jahr auf über 8 Mrd. \$ steigen wird.

Dennoch bleibt Apple im 180 Mrd. \$ großen PC-Markt eine relativ kleine Nummer: weltweit 1,8% Marktanteil bei Desktop-Rechnern ist ziemlich weit unten in der Rangliste der PC-Verkäufe. In der Schweiz liegt der Anteil immerhin bei 6,2% und die Chancen stehen gut, dass sich der Mac auch in anderen Regionen wieder stärker durchsetzen wird.

Trendsetter Apple

Schließlich bietet Apple eine beeindruckende Palette an Hardware-Produkten: Desktop-Rechner, Laptops, Server-, RAID-, Netzwerk- und Inter-

net-Techniken. Gerade bei den Servern sieht Brustio noch ein enormes Potenzial: »Hier stehen wir ja erst am Anfang.« Und mit den neuen Produkten, die ab Herbst auf den Markt kommen, unterstreicht Apple seinen »transparenten Weg«. Denn Apple entwickelt längst nicht mehr proprietär: »Apple sieht sich nach Standards – auch kommenden Standards – um, klopft sie auf benutzerfreundliche Eignung ab und integriert sie – oder nicht.« Roger Brustio nennt als Beispiel den Wegfall der Diskettenlaufwerke vor einigen Jahren. »Können Sie sich an den Aufschrei im Markt erinnern? Und wer fragt heute noch nach einem Diskettenlaufwerk?«

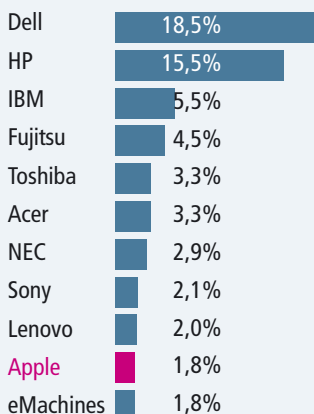
Ob es nun der Wegfall des Floppy-Laufwerkes ist, der Highend-Rechner G5 oder der iPod: Apple ist nach wie vor Trendsetter.

Und Apple war von je her design-orientiert. Oftmals wurden die Ideen kopiert, waren bei den Nachahmern aber nie erfolgreich. Und warum das so ist, erklärt Brustio ganz einfach: »Weil es eine Philosophie-Frage ist. Es gehört zu Apple, dass wir den Benutzer nicht mit Schnickschnack überfordern.« Denn zu Design gehört auch Ergonomie, Gespür für die Optik und eine einfache Bedienung. Es ist die Reduktion auf die einfache Benutzung.«

Und, so meint Roger Brustio: »Steve Jobs hat immer noch ein gutes Gespür für Design und die richtige Nase für Trends.«

➤ www.apple.ch

MARKTANTEILE COMPUTER



Absatz im 1. Quartal 2004, weltweiter Gesamtmarkt 42 Mio. Computer. Quelle: IDC