

Frankfurter Allgemeine Zeitung - de		Print	
Medientyp:	Tageszeitung	Gedr. Auflage:	477756
Erscheinungsdatum:	29.01.2010	Verk. Auflage:	370406
Seite:	37	Verbr. Auflage:	399546
		Reichweite:	844000

Apple wird der Großverlag der Welt

Das iPad ist da. Der Trubel vor Steve Jobs' Auftritt in San Francisco war riesig. Doch die Hoffnungen, die der Flachcomputer schürt, sind berechtigt – wenn Verleger und Reporter wissen, um was es geht.

Von Ibrahim Evsan

Der Mensch hat sich einen neuen Lebensraum erobert: die digitale Welt, in der es keinen Unterschied macht, welchen Idealen man folgt, welcher Herkunft man ist oder welches Bildungsniveau man hat. In meinem beruflichen Werdegang habe ich sehr oft neue Wege beschritten, die digitale Welt erforscht, um diejenigen, die diese Welt nutzen wollen, auf Gefahren hinzuweisen, aber besonders, die Chancen aufzuzeigen, die sie für alle bietet. Meine persönlichen Erfahrungen im Umgang mit dem Internet – gerade in der letzten Zeit – zeigen, dass die Medienkompetenz in Sachen Internet in Deutschland dem Stand der globalen digitalen Welt nicht gerecht wird.

Die Tatsache, dass heute mittels Computerunterstützung manches Handwerk zu einem „Digitalwerk“ geworden ist, wird bei uns noch immer nicht erkannt. Die Menschen – zumindest die Onliner – finden ein zweites Zuhause im Internet, in dem sie sich informieren und unterhalten lassen. Dabei muss uns aber klar sein, dass wir uns den Regeln der digitalen Supermächte wie Google, Amazon, Facebook, Microsoft und natürlich Apple unterwerfen.

Mit seinen iMac- und MacBook-Reihen hat Apple längst die technologische

Führung bei Computern übernommen – mit einem Anteil von beinahe fünfzig Prozent der PC-Verkäufe im amerikanischen Einzelhandel. Durch das iPhone hat sich nicht nur ein neuartiger Mobilfunkmarkt, sondern ein echtes mobiles Internet und ein ganz neues Verhalten in der Software-Nutzung ergeben. Mit einem einzigen Mausklick wird die Software auf das Gerät geladen und installiert sich von selbst, abgerechnet wird per Kredit- oder Gutscheinkarte. Mit der Kombination eines äußerst leistungsfähigen Shops für Musik, Videos und Software hat Apple schon vor der Einführung des iPads die Grundlage für eine schnelle Verbreitung des neuen Produkts gelegt. Die Kaufabwicklung kennen die 125 Millionen Apple-Kunden schon, sie zählt zu den einfachsten im Internet. Auf diese Weise hat Apple 2009 mehr als fünfzig Milliarden Dollar umgesetzt. Es ist leicht zu ermesen, welche Marktmacht Apple im Bereich Software für mobile Endgeräte aufgebaut hat.

Wie aber werden die neuen iPad-Anwendungen aussehen, wer entwickelt sie? Um diese Frage zu beantworten, muss man das Internet global betrachten. Die Vernetzung der Menschen schreitet unaufhaltsam voran, Social Networks ermöglichen die Selbstvermarktung von Journalisten in einem ganz neuen Umfeld mit ganz neuen Möglichkeiten. Aus dem einzelnen Twitter-Account oder dem Blog eines Journalisten wird eine Eigenvermarktungsplattform. Ist eine gute Reputation erst einmal geschaffen, gelingt es leicht, die Leser auch als einzelner Journalist – ohne den Umweg über Gatekeeper und Verlage – über den neuen Apple-iBook-Store zu erreichen. Ich denke, dass Apple den Verlagen und Journalisten die Möglichkeit geben wird, ihre eigenen Produkte zu erstellen. Dank der multimedialen Fähigkeiten des iPads werden Bilder, Videos und Musik mit den Texten zusammenwachsen. Der Kombination aller bisher bekannten Medien in der Darstellung auf einem einzigen Gerät sind keine Grenzen mehr ge-

setzt, alles kann auf dem iPad erscheinen; alles eine Frage der Software, die Apple in Perfektion beherrscht.

Apple hat es verstanden, die gesamte Wertschöpfungskette in ihre Produktstrategie einzuschließen und zu kontrollieren. Sie haben die Kunden, beherrschen die Abrechnung, die Softwarebasis und ein weltweites Vertriebssystem. Apple muss nur noch die Kreativität der Menschen herausfordern, um damit Umsatz zu machen. Und auch das gelingt Apple üblicherweise außerordentlich gut. Mit diesem Megastore im Hintergrund könnte Apple mit seinem iPad schnell zum größten Verleger der Welt werden.

Das Apple iPad wird sehr bald auch auf dem deutschen Markt erscheinen. Dann wird sich vor allem zeigen, ob die deutschen Verlage reif für die neue Technik sind. Das iPad mit seinen besonderen Chancen wird für sie zur Nagelprobe.

Wer an diesem neuen Markt teilhaben will, muss jedoch die Zusammenhänge in der digitalen Welt verstehen. Die Verbreitung von Nachrichten werden die neuen Geräte wie das iPad selbst übernehmen. Also wäre es falsch, im iPad einen weiteren, schicken eBook-Reader zu sehen. Apple nimmt den ganzen Markt der Unterhaltung und Information ins Visier, Nachrichten inklusive. Wer Apple und die Stärke seines Megastores unterschätzt, verliert schnell den Anschluss an die digitale Welt. Hinzu kommt, dass das iPad die gleiche Größe hat wie das Amazon Kindle – eine durchaus beachtenswerte Nebensächlichkeit, dass zwei digitale Supermächte in einem Produktdetail einer Meinung sind.

Die Digitalisierung von Büchern durch Google gibt im Vergleich zu den mit dem iPad verbundenen Entwicklungen nur einen kleinen Vorgeschmack auf das, was uns erwartet: Jetzt geht es einer digitalen Supermacht nicht mehr um das fertige Produkt, um ein erschienenes Buch, also die Vergangenheit. Jetzt geht es um die Gegenwart und die Zukunft, um alle gedruckten Medien, die sich entmaterialisiert in der digitalen Welt wiederfinden – auf einem iPad.

Die „New York Times“ ist eine Kooperation mit Apple eingegangen. Da muss man sich fragen, ob die deutschen Verlage eine Antwort auf die Herausforderung ihres Kerngeschäfts durch das iPad haben. Es geht nicht mehr um die Frage, wie man Online-Gratisangebote vermarktet, es geht um alles. Dieses Gerät lässt den Nutzer jede Information an jedem Ort zu jeder Zeit lesen – frisch aus dem Apple iBookStore, nicht vom Kiosk um die Ecke. Es müssen schleunigst Online-Angebote der Verlage her, denn jetzt besteht – bei einer weiten Verbreitung des iPads – die Möglichkeit, die Inhalte gegen ein – wenn auch um den Apple-Anteil vermindertes – Entgelt für den Qualitätsjournalismus zu erheben. Apple ist der neue Gatekeeper. Fraglich ist, ob das Presse-Grosso-System noch eine Zukunft hat.

Die Gesellschaft hat sich durch den im Internet angebotenen Service schon stark verändert. Bevor das iPhone kam, schien es undenkbar, dass man sich als Handybesitzer Software herunterlädt. Software und ihre Installation waren vielen ein Greuel, jetzt lernen wir, dass uns Apps das Leben erleichtern. Die Maschinen erobern die Aufmerksamkeit der Menschen – und die haben ihre Handys immer bei sich, um keine Informationen zu verpassen. Apple bringt uns das Internet durch komfortable Bedienung und besten Service noch näher durch funktionale und schöne Geräte. Wer die Menschen so begeistern kann, wird das Internet als digitale Supermacht beherrschen.

Apple ist eine Supermacht mit ganz eigenen Regeln, so wie auch Google und Amazon. Das Zeitalter des digitalen Imperialismus hat begonnen.

Ibrahim Evsan ist Experte für Social Media. Er hat mit „sevenload“ und „United Prototype“ zwei erfolgreiche Start-Ups gegründet. Kürzlich ist sein Buch „Der Fixierungscode“ erschienen (Zabert Sandmann Verlag, 160 Seiten, 16,95 €.)