



**IPHONE**  
Hunderte  
Apple-Fans  
haben ihre  
Entwürfe ins  
Netz gestellt.

ILLUSTRATION: DOMINIK WILHELM, ANIMATION.ORG

# DIE REVOLUTION

Das iPhone kommt. Der Handy-Markt steht vor einem Umbruch. Apple-Chef Steve Jobs könnte damit sein größter Coup in der Konzerngeschichte gelingen. Aber: Es gibt noch viele offene Fragen. Der Angriff könnte zu Jobs' Waterloo werden

Text: Dirk Kunde

**S**teve Jobs rückt noch einmal seine Brille zurecht. Er senkt den Blick, dann die Stimme. Pause. Luft holen. »Von Zeit zu Zeit kommt ein revolutionäres Produkt, das alles verändert«, sagt der 51-jährige Apple-Chef und schaut auf. Das Auditorium im Moscone Center in San Francisco tobt. Jeder weiß, was gemeint ist. Auf der Macworld-Messe kündigte er das iPhone für den Sommer an. Endlich.


Gerüchte und Entwürfe des Handys kursierten bereits seit Monaten im Internet. Nun ist klar, das iPhone ist »Three in One«: iPod, Telefon und Internet. Plus: eine zwei Megapixel-Kamera – dabei ist es nur 11,6 mm dick. Eine Wunderwaffe. Die Front besteht nur aus einem Bildschirm, eine Tastatur gibt es nicht. Die Ziffern leuchten lediglich auf dem neun Zentimeter großen Display. »Tastaturen sind immer da, auch wenn man sie nicht benötigt und verändern kann man sie auch nicht«, begründet Jobs den Verzicht. Die Zahlen verschwinden einfach, wenn man Musik hört oder Fotos

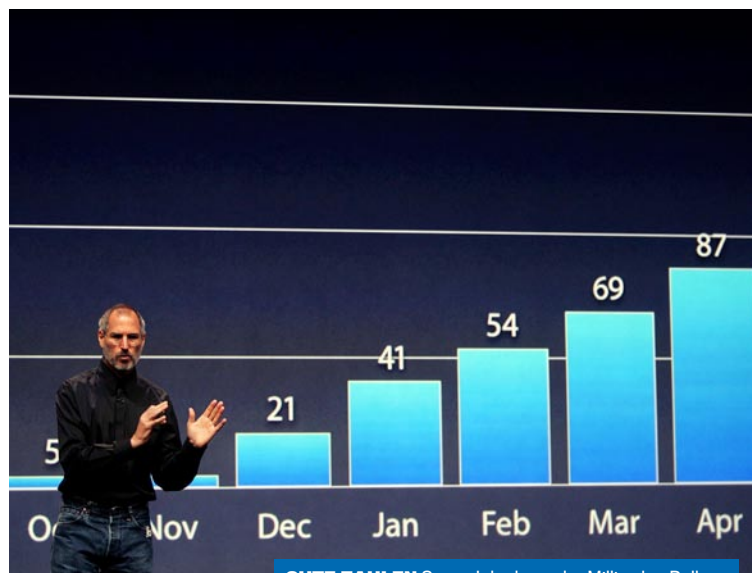
## »THREE IN ONE: IPOD, TELEFON UND INTERNET. EINE WUNDERWAFFE«

anschaut. Apple-User werden mit der Navigation vertraut sein, denn das Handy nutzt das Apple-eigene Betriebssystem OS X. So lassen sich leicht Lieder, Videos und Fotos von iTunes übertragen. Aber auch Kontakte und Kalendereinträge sind schnell vom Rechner übermittelt. Als erweiterte Internet-Communicator-Version surft das iPhone per WiFi im Internet. Mit Yahoo kooperiert Apple bei E-Mails, die automatisch auf dem Handy landen. Das ist ein direkter Angriff auf den BlackBerry. Mit Google wird bei Stadtplänen zusammengearbeitet: Das Handy zeigt eine gesuchte Adresse mithilfe von Google-Maps – ist das Ziel mit Rufnummer verzeichnet, stellt das iPhone auf Wunsch eine Verbindung her.

Steve Jobs reibt sich die Hände, und die Handy-Konkurrenz zittert vor der Attacke, die im Juni über die USA und im vierten Quartal 2007 über Europa und 2008 über Asien rollen wird. Der Einführungspreis liegt bei 499 US-Dollar für das iPhone mit 4 GB und Zweijahresvertrag. Ein Handy wird die erfolgreiche Apple-Riege der Kommunikations- und Unterhaltungsgeräte perfekt ergänzen. Schließlich hat der Konzern schon mit dem iPod die Welt der mobilen Musikspieler revolutioniert und ein ganz neues Publikum für die Marke begeistert. Das kleine Alu-Gehäuse mit dem lasergravierten Apfel wurde weltweit über 80 Millionen Mal verkauft. Ein ganzer Produktkosmos dreht sich um den Lifestyle-Player: Über 3000 Zubehörartikel haben Drittanbieter im Angebot, von Hüllen und Haltern bis Radioempfänger und Stereoanlagen. Die Krönung: iCarta, der Toilettenpapierhalter mit Lautsprechern und Stromanschluss.

Schon in zwei Drittel der US-Neuwagen gibt es optional einen iPod-Anschluss. Mitte 2007 integrieren sieben große Fluggesellschaften – darunter Air France, KLM, Emirates – den iPod in ihre Unterhaltungstechnik: Der Anschluss im Flugzeugsitz lädt den Player auf, man schaut seine Filme auf dem Bildschirm in der Lehne des Vordermanns oder daddelt Spiele.

Der Laden brummt. Über zwei Milliarden Songs wurden verkauft. iPod und iTunes haben einen Anteil von 42 Prozent am Umsatz des Computerherstellers (4. Quartal 2006: 4,84 Mrd. US-Dollar), die Aktie legte im vergangenen halben Jahr um 75 Prozent zu. Das Unternehmen besitzt zehn Milliarden US-Dollar Barreserven – genug für eine aufwendige Produkteinführung. Also alles gut? Nicht wirklich. Es ringeln sich einige Würmer in der Apfelkiste. »Die Macht auf dem Handy-Markt ist weitgehend aufgeteilt«, sagt Jonathan Arber, Telekommunikations-Analyst beim britischen Marktforscher Ovum. »Da ist kein Platz mehr für ein neues geschlossenes System.« Zwar hat Jobs mit Cingular in den USA bereits einen Mobilfunkpartner, doch für Europa und Asien sind die Karten noch nicht verteilt. Große Netzbetreiber wie T-Mobile oder Vodafone bestimmen durch ihre Vertriebsmacht, wie die Software in einem Handy aussieht, welches Logo auf dem Display zu sehen ist, welches Musikformat abgespielt wird. Experten glauben: Diese Mitbestimmung wird Steve Jobs den Netzgesellschaften niemals einräumen. Bleibt er stur, werden die Mobilfunkgesellschaften in die Abwehrschlacht ziehen – ein teures Unterfangen, für alle Seiten. 



**GUTE ZAHLEN** Steve Jobs hat zehn Milliarden Dollar in der Kasse – genug für die Einführung eines Handys.



1998 | **IMAC**1999 | **ISUB**1999 | **CINEMA DISPLAY**2000 | **CUBE**2001 | **IPOD**2002 | **IMAC**2003 | **POWERBOOK G4**2004 | **IMAC G5**2005 | **IPOD SHUFFLE**2005 | **MAC MINI**2006 | **IPOD SHUFFLE**

**PRODUKT-GESCHICHTE**  
Keine sichtbare Schraube, keinen Knopf zu viel. Das ist Ives Handschrift.

Seine engsten Mitarbeiter sind überzeugt, dass es so kommen wird. »Jobs gibt nichts ab. Er ist ein Kontrollfreak«, sagt jemand aus seinem Umfeld in der Konzernzentrale in Cupertino, der lieber anonym bleiben möchte. Der Vorstandsvorsitzende des 15000 Mitarbeiter starken, börsennotierten Unternehmens hat den Ruf eines Detailfreaks. »Er entscheidet über jeden Schritt in der Produktentwicklung«, so der Mitarbeiter. Dazu setzt er sein Team unter enormen Druck. Sein System basiert auf Erniedrigungen und Angst vor Bloßstellungen. Jobs will nicht geliebt werden. Regeln und Konventionen kümmern ihn nicht, Anzug und Krawatte sind ihm ein Graus. Seine Auftritte in Jeans und Rollkragen-Pullover sind legendär.

Der wichtigste Mann an seiner Seite: Designchef Jonathan Ive. Der 40-jährige gebürtige Engländer ist Jobs sehr ähnlich, genau wie er ein krankhafter Perfektionist. Sein Credo: Produkte schaffen, die man auch ohne Gebrauchsanleitung benutzen kann. Kein Knopf zuviel, keine sichtbare Schraube. »Dabei ist der entscheidende Faktor ein fanatisches Hinterfragen über das Offensichtliche hinaus«, sagte der

Designer in einem der seltenen Interviews.

Ive ist seit 1996 für das Designteam verantwortlich. Sein Meisterstück: der bunte iMac 1998. Erstmals war ein Computer keine graue oder beige Kiste. Farbige, transparentes Plastik gab den Blick auf das technische Innenleben frei. Im ersten Jahr verkaufte Apple zwei Millionen Exemplare – ein enormer Erfolg. Nachfolgermodelle vom iMac sehen wie eine Schreibtischlampe oder ein flacher LCD-Bildschirm aus. Ive gewann diverse Designpreis, die Queen ernannte ihn zum Commander of the British Empire. Seine Werke stehen im Museum of Modern Art in New York und im Centre Pompidou in Paris. Analyst Arber: »Beim Design sind die Apple-Leute die Könige.«

Auch für das iPhone entstand das Design im kalifornischen Cupertino. Technikentwicklung und Produktion erfolgen in Asien. Allein 200 Patente meldete Apple für das Handy an. Und selbst den bereits lange gehandelten Namen iPhone darf Steve Jobs seinem Baby geben. Eigentlich liegen die Markenrechte bei Cisco. Dessen Tochterunternehmen Linksys hat bereits schnurlose WLAN-Telefone als iPhones auf den Markt gebracht. Diese Überschneidung beim Namen wurde höchstwahrscheinlich mit Geld geregelt. Eine andere Hürde wird Jobs aber nicht mit Dollars beiseite räumen können. Das französische Parlament verabschiedete ein Gesetz, nach dem Songs aus

## »DER ENTSCHEIDENDE FAKTOR IST FANATISCHES HINTERFRAGEN«

dem iTunes-Store auch auf anderen MP3-Playern laufen und der iPod fremde Formate abspielen muss. Unter norwegischer Regie verhandelten Regierungsvertreter aus Schweden, Finnland und Dänemark mit Apple-Managern über die Öffnung des geschlossenen Systems. Das Ergebnis ist noch offen. Vorwürfe einer monopolistischen Marktposition kannte bisher nur Bill Gates von Microsoft.

Der macht der Apple-Musikwelt rund um den iPod jetzt Konkurrenz. Fünf Jahre ließ sich der Riese aus Redmond Zeit, bis er einen eigenen MP3-Player auf den Markt brachte. Der Zune kostet, wie der iPod, rund 250 US-Dollar. Er hat eine 30-GB-Festplatte und verfügt über Funktechnik, mit der sich Lieder tauschen lassen. Gates ist spät dran, doch das war schon öfters so. Microsoft rollt den Markt mit Macht und viel Geld auf, Netscape und Sony haben das schon erfahren müssen. Der Internet Explorer und die Xbox haben ihre Mitbewerber locker überholt. **P**



Er hat's gemacht: Auch das neue iPhone stammt aus der Schmiede von Chefdesigner Jonathan Ive. Ein neues Gerät ohne überflüssige Tastatur