

Mensch & Maschine

Das beste iPad aller Zeiten – reicht das wirklich noch?

Der Apple-Verkäufer legte sich ins Zeug. «Das iPad Air 2 ist das beste iPad, das wir je gebaut haben», sagte er. «Es ist 7 Prozent leichter und 18 Prozent dünner als der Vorgänger.» Die Kamera ist mit 8 Megapixeln besser. Und der Chip erst. «Für anspruchsvolle Grafikprogramme rechnet der neue Prozessor um 40 Prozent schneller als der alte.»

Nun führte der Apple-Angestellte ein Video-Programm vor, das in wenigen Augenblicken Dutzende Ferienvideos zu professionell anmutenden Filmchen zusammenschneidet. «Selbst die WLAN-Verbindung ist besser mit dem neuesten iPad», sagte er. Das iPad Air 2 beherrscht den sogenannten AC-Standard, der Datenübertragungen von bis zu einem Gigabyte pro Sekunde erlaubt. «Aber sagen Sie mir Bescheid, wenn Sie ein WLAN-Netz finden, das so schnell ist», rundete der Mann seine Präsentation ab.

Das Witzchen am Ende bringt das Problem des iPad Air 2 auf den Punkt. Tatsächlich ist das Gerät das beste iPad aller Zeiten. Alles andere wäre für ein Unternehmen auch enttäuschend, das sich dem technologischen Fortschritt verschrieben hat.

Doch die durchschnittlichen Nutzer werden davon kaum etwas bemerken. Die wenigsten haben zu Hause eine WLAN-Geschwindigkeit von einem Gigabit pro Sekunde. Und auch das schlankere Modell-design wird kaum jemandem auffallen. 18 Prozent dünner und 7 Prozent leichter hört sich nach mehr an, als es ist. In absoluten Zahlen sind die Unterschiede zum Vorgängermodell nur 1,4 Millimeter und 34 Gramm. Die einzige Änderung, die Nutzer begeistert

aufgenommen hätten, auch wenn sie nur minim gewesen wäre, blieb leider aus: Die Batterie des iPads hält im besten Fall weiterhin nur 10 Stunden.



Das iPad Air 2, das können wir mit ziemlicher Sicherheit sagen, wird die iPad-Verkaufszahlen nicht retten. Tatsächlich sinken diese schon länger. Grund dafür sind unter anderem

grössere Smartphonedisplays. Marktanalysten kommen zum Schluss, dass Konsumenten ihr Tablet nicht wie das Handy im Jahresrhythmus wechseln, sondern wie beim PC alle vier Jahre. Wer ein neues Tablet auf den Markt bringe, sollte spürbare Verbesserungen bieten, so die Empfehlung. Wie das etwa die Konkurrenz Lenovo mit neuer Hardwareform oder HTC mit neuer Software versucht. Nur an Apple scheint diese Marktforschung vorbeigegangen zu sein.

Barnaby Skinner

Das iPad Air 2 ist ab sofort verfügbar. Drei Farben: Grau, Schwarz, Gold. Speicher: 32 GB, 64 GB oder 128 GB. Ab 550 Franken.

Apps der Woche

Professor Dr. App

Eine App, die bei Studierenden bald zu den absoluten Lieblingen zählen könnte. Mit Photomath mathematische Formeln abfotografieren, und das Handy oder Tablet den Rest machen lassen. Im Test löste die App selbst komplizierteste Aufgaben innert Sekunden. Funktioniert noch nicht mit handgeschriebenen Zahlen. Gratis. iOS, Windows Phone.



Videos für alle

Mit Skype Qik lassen sich Videos in Gruppenchats teilen. Die App ist ein zaghafter Versuch Microsofts (dem Skype gehört), endlich im Handy-Messenger-Chat-Markt Eindruck zu machen. Interessant ist die Möglichkeit, nach der Veröffentlichung Videos wieder zu löschen – und zwar auf allen Geräten der Chatteilnehmer. iOS, Android, Windows Phone.



Toni Schneider im Büro in San Francisco: «Ich wollte nur an den Strand»



«Wir suchen immer nach dem bahnbrechend Neuen»

Der Zürcher Super-Investor Toni Schneider, langjähriger CEO bei Wordpress, verrät die Geheimnisse seines Erfolges im Technologie-Mekka Silicon Valley

Barnaby Skinner (Text) und Frederic Neema (Foto)

Firmengründer, Investor, dann Super-Investor, so verläuft die Bilderbuchkarriere in der Bay Area südlich von San Francisco. Ein Super-Investor ist jemand, der früh Millionenbeträge in kleine Start-ups anlegt, die dann bald Milliarden wert sind. Der Schweizer Toni Schneider ist in diesen Sphären angekommen. Seit er im Jahr 2004 den E-Mail-Dienst Oddpost für 30 Millionen Dollar an den Online-Suchdienst Yahoo verkauft hat, ging es mit dem dreifachen Familienvater und einstigen Autohändler nur noch steil aufwärts.

Toni Schneider, Sie leben seit 25 Jahren in San Francisco. Weshalb sind Sie als 19-Jähriger von Zürich nach Kalifornien gezogen?

Ich hatte schon immer mit Computern zu tun. Schon im Gymi habe ich mich entschieden, dass ich Informatik studieren wollte. Und zwar an der US-Westküste, nicht in Zürich oder Europa.

Warum?

Ich wollte an den Strand. Ich ging zuerst nach Santa Barbara. Dort war ich zwei Jahre, bis ich 1991 nach Stanford wechselte. Start-up-Gründer im Silicon Valley zu werden, war zwischenzeitlich interessanter geworden als der Strand. **Was war Ihre erste Firma?**

Virtuelle Realität war damals angesagt. Im letzten Studienjahr lernte ich in einer Vorlesung die Firma Crystal River kennen. Die Gründer waren zu dritt und suchten Leute. Ich stieg als Entwickler ein. **Das Studium brachen Sie ab?**

Nein, nein. Als pflichtbewusster Schweizer schloss ich zuerst als Computerwissenschaftler ab und begann erst danach meine Unternehmerlaufbahn. Ich hatte Glück

und gewann in der Lotterie eine Greencard. Genau zum richtigen Zeitpunkt. So musste ich mich um kein Arbeitsvisum kümmern. Damals kam alles zusammen. In der gleichen Vorlesung lernte ich meine Frau kennen. Tipptopp.

Was machte Crystal River?

Wir entwickelten Audiotechnologien, die heute in Spielkonsolenchips standardmässig eingebaut sind. Nach drei Jahren wurden wir von einer Chip-Firma gekauft.

Damit waren Sie Mitte 20 ein gemachter Mann.

Am Verkauf verdiente ich wenig. Ich war nur Mitarbeiter. Deshalb gründete ich als Nächstes mit sechs Arbeitskollegen die eigene Firma: Uplister. Daraus entstand eine Community mit einer halben Million Musikliebhabern. Viel, damals. Nur wollten die grossen Labels nicht mitmachen. Dann kam der 11. September, der Absturz der Börse, genau zu einer Zeit, als wir mehr Geld brauchten, um weiter zu wachsen. Wir machten dicht.

Ihr Karrieretiefpunkt?

Eine schwierige Zeit. Drei Jahre arbeitete ich pausenlos mit zwei Freunden an der nächsten Idee: Oddpost, ein E-Mail-System. Google klopfte früh an. Doch wir sagten ab. Ein Jahr später starteten sie Gmail, eine Kopie von unserer Idee. Konkurrenten wie Yahoo oder Microsoft mussten reagieren. Und weil wir im Bereich von E-Mail das Top-Start-up schlechthin waren, konnten wir für viel Geld an Yahoo verkaufen.

Drei Jahre nach dem Tiefpunkt waren Sie also ein reicher Mann? Das erste Mal hat es richtig viel Geld gegeben. Aber noch wichtiger war, dass ich Matt Mullenberg kennen gelernt habe, den Erfinder von Wordpress. Ich arbeitete zwei Jahre bei Yahoo. Und dann fragte mich Matt, ob ich Chef von Automattic Wordpress werden wollte.

Das ist ein Blogging-Werkzeug, das heute auch von Medien wie CNN oder Time benutzt wird. Gleichzeitig startete ich mit anderen Freunden die Investmentfirma True Ventures. Ich habe beides nun neun Jahre lang gemacht. In dieser Zeit ist Wordpress zum Blogging-Werkzeug Nummer eins geworden. Wir haben 20 Millionen Nutzer, davon eine Million zahlende Kunden. Und mit True Ventures haben wir früh in mehrere Firmen investiert, die heute über eine Milliarde US-Dollar wert sind.

Warum war Wordpress so erfolgreich? Zu Beginn hatten Konkurrenten wie Blogger oder Typepad mehr Nutzer.

Die Macher von Typepad haben Fehler gemacht. Sie wollten von allen Nutzern Geld. Und ihre Blogs als Werbepplatz verkaufen.

Das wollte Wordpress nie?

Nein, obwohl uns viele dazu rieten. Doch wir hatten recht. Alle wichtigen Blogger wendeten sich von Typepad ab und kamen zu uns. Wir haben nicht nur selber keine Werbung verkauft, wir haben auch nie Werbung für Wordpress gemacht. Das Produkt sollte sich immer durch Mundreklame verbreiten.

Was ist das Geschäftsmodell von Wordpress?

Das Grundangebot ist gratis. Für Zusatzfunktionen verlangen wir Geld, etwa mehr Speicherplatz auf der Website oder im Blog. Interessant an Wordpress und der Firma Automattic ist auch, dass alle 272 Mitarbeiter auf der Welt verteilt arbeiten. Die ganze Firma trifft sich nur einmal im Jahr. Kürzlich eben in einem Skiort in Utah.

Seit kurzem sind Sie nicht mehr CEO von Automattic. Warum? Ich hatte genug davon. Jetzt bin ich im Tinker-Team, der «Bastelmannschaft».

Was macht die «Bastelmannschaft»?

Wordpress funktioniert super. Bei Content-Management-Systemen sind wir weltweit die Nummer eins. Doch sind wir das auch in zehn Jahren, wenn wir nichts verändern? Unklar ist, wie mobile Geräte mit Wordpress richtig gut genutzt werden können.

Das herauszufinden, ist die Aufgabe des Tinker-Teams?

Zum Beispiel. Wir überlegen, was auf uns zukommt. Das ist für eine Firma sehr wichtig. Schauen Sie Yahoo an. Die haben es nie geschafft, vom Originalprodukt wegzukommen. Bis sie von Google bei der Internetsuche überholt wurden. Yahoo hat Dutzende Produkte entwickelt, wurde aber nie Marktführer. Google hat das geschafft. Von der Suchmaschine gings weiter mit Hitprodukten wie Gmail oder Maps.

Dennoch verdient Google nur mit Onlinewerbung Geld.

Stimmt. Aber sie verbreiterten ihr Angebot. Nun müssen auch wir uns die Frage stellen: Können wir nur Wordpress oder auch etwas bahnbrechend Neues machen?

Was ist Ihnen bisher eingefallen?

Das erste Produkt ist ein Werkzeug für Fotoblogger. Es erlaubt, effizienter grosse Bildergalerien ins Netz hochzuladen. Das zweite ist ein Werkzeug, das Blog-Posts automatisch mit Geo-Daten versieht. **Sind das nicht Sachen, die sich an Wordpress anlehnen?**

Als Drittes haben wir eine Android-Selfie-App programmiert. Sie erlaubt es, mit Gesichtsausdrücken Geschichten zu erzählen. Aber Sie haben recht. Es ist für uns noch immer sehr schwierig, von Wordpress unabhängig zu denken. Wenn das schon mit einem jungen Produkt wie unserem schwierig ist, muss es für Grosskonzerne fast unmöglich sein.