

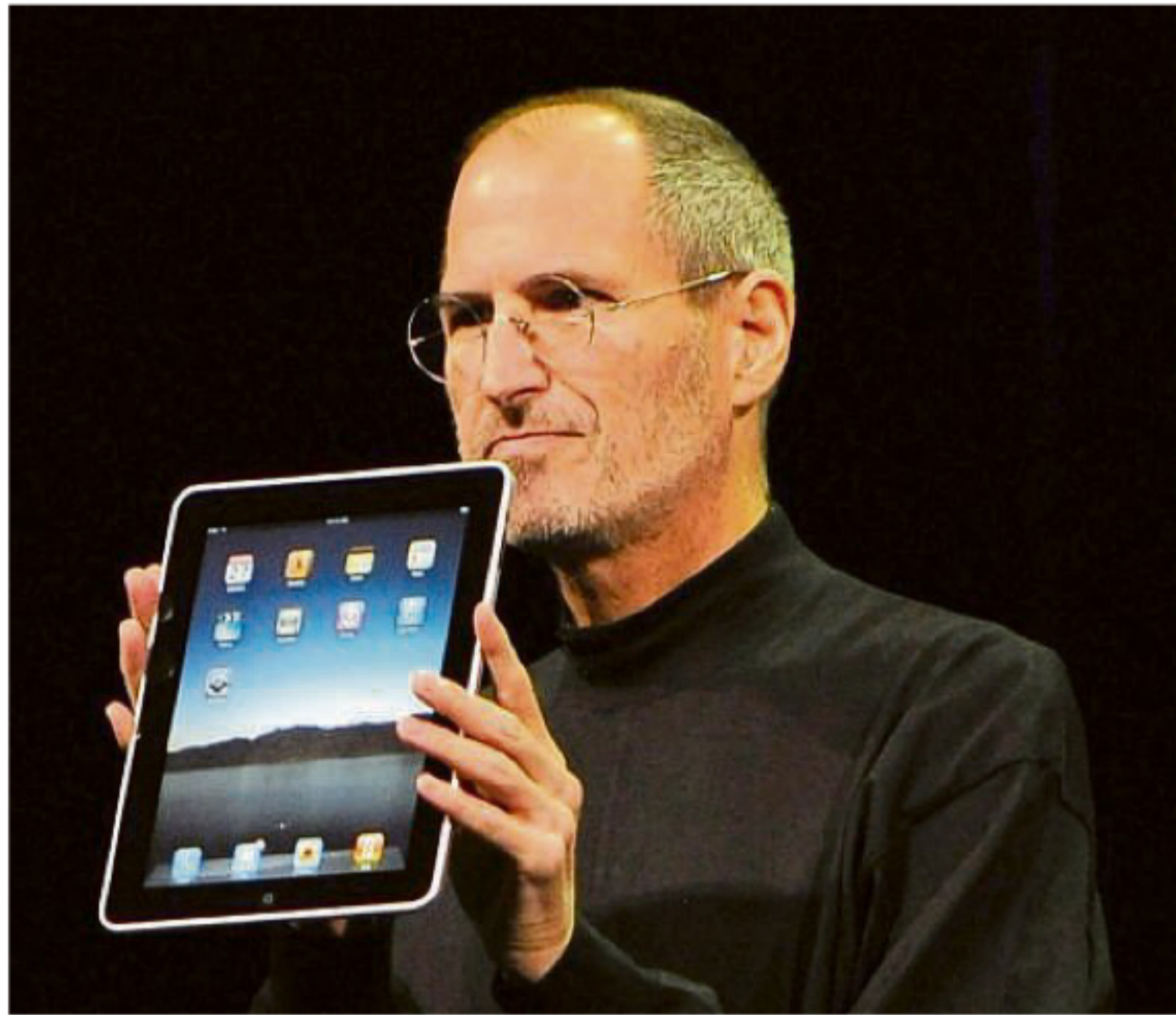
# Der Siegeszug des iPads

## Vom „Jesus-Tablet“ zum Arbeits-Werkzeug – Zehn Jahre Erfolgsgeschichte

San Francisco – Die Reaktionen auf die Vorstellung des iPad am 27. Januar 2010 fielen selbst für Apple-Verhältnisse überbordend aus. „Das letzte Mal, als es dermaßen viel Aufregung um eine Tafel gab, standen darauf ein paar Gebote“, schrieb das „Wall Street Journal“. Und auch der britische „Economist“ wählte einen religiösen Vergleich und zeigte Apple-Mitbegründer Steve Jobs weiß gekleidet und mit einem Heiligenschein auf dem Titelbild – mit einem „Jesus-Tablet“ in der Hand.

Beim damaligen Apple-Chef, der knapp zwei Jahre vor seinem Tod schon stark von seiner Krebserkrankung gezeichnet war, kamen am Abend nach der Vorstellung dagegen vor allem kritische Reaktionen an. Sein Biograf Walter Isaacson erinnert sich: „Als wir uns zum Abendessen in seiner Küche trafen, tigerte er ruhelos um den Tisch und rief E-Mails und Internetseiten auf seinem iPhone auf.“ Was er dort las, frustrierte Jobs sehr. „Ich habe in 24 Stunden 800 Nachrichten per E-Mail bekommen. In den meisten beklagt man sich. 'Es gibt kein USB-Kabel!'“

Doch als das iPad dann wenige Monate später in die Läden kam, verflog der Frust schnell. In nicht einmal einem Monat verkaufte Apple eine Million iPads. Diese Schwelle wurde in der Hälfte der Zeit erreicht, die das iPhone benötigte. Im März 2011, neun Monate nach der Einführung, waren bereits 15 Millionen Apple-Tablets verkauft. Das iPad legte damit den bis dahin erfolgreichsten Verkaufsstart eines Elektronik-Produkts für den Massenmarkt hin.



Am 27. Januar 2010 stellte Apple-Boss Steve Jobs in San Francisco das iPad vor. FOTO: DPA

Die Pläne zur Entwicklung eines Tablet-Computers bei Apple reichen bis in die 80er Jahre zurück: Der damalige Apple-Chef John Sculley, der Steve Jobs aus dem Unternehmen gedrängt hatte, wollte 1987 sein Profil schärfen und stellte das Konzept eines „Knowledge Navigators“ vor. Der Versuch, die Zukunftsvision mit dem Apple Newton in die Realität umzusetzen, scheiterte spektakulär.

### Akku und Gerät halten lange

Steve Jobs legte nach seiner Rückkehr zu Apple 1999 die kühnen Tablet-Pläne in die Schublade und fokussierte sich auf die Wiederbelebung

des Macintosh-Computers und den Einstieg ins Musikgeschäft mit dem iPod 2001. Im März 2004 – drei Jahre vor dem Marktstart des iPhones – reichte Apple das Patent D504889 ein, in dem neben Jobs auch der damalige Designchef Jony Ive als Erfinder benannt war. Die Anmeldung enthielt Skizzen eines rechtwinkligen elektronischen Tablets mit abgerundeten Ecken – so sollte sechs Jahre später das iPad aussehen.

Als die ersten iPad-Prototypen mit einem Multitouch-Bildschirm intern begutachtet wurden, änderte Jobs aber seine Strategie. Die neue Technik sollte zuerst den Smartphone-Markt umkrempeln. Daher kam das iPad

erst drei Jahre nach dem Start des iPhones 2007 in die Läden. Wie beim iPhone setzte Apple nicht auf Chips von Intel, sondern auf eine eigene Lösung auf Basis der stromsparenden Architektur des Chipdesigners ARM.

Das iPad wurde von Anwendern nicht nur wegen der langen Akku-Laufzeiten geschätzt, sondern weil es als ideale Plattform für digitale Zeitungen und Magazine erschien. Springer-Chef Mathias Döpfner: „Jeder Verleger auf der Welt sollte sich einmal am Tag hinsetzen und Jobs danken, dass er die Verlagsindustrie rettet.“ Die Medieninhalte trieben auf jeden Fall den iPad-Absatzerfolg an. Während im Smartphone-

Markt Apple mit dem iPhone nie Anteile über 20 Prozent erreichen konnte, hängt das iPad seit 2010 die Konkurrenzprodukte von Samsung, Amazon, Lenovo und Microsoft ab. Eine Zeit lang sah es so aus, als würde das iPad auch herkömmliche Personal Computer massiv zurückdrängen. Die Absatzzahlen stiegen immer weiter und erreichten 2013 mit 70 Millionen Stück ihren Höhepunkt. Doch danach sanken die Verkäufe wieder, weil das iPad lange hält und im Vergleich zum Smartphone nicht so oft durch ein neues Gerät ersetzt wird. 2018 wurden nur noch 43,5 Millionen iPads verkauft. Seitdem berichtet Apple keine Absatzzahlen mehr. Die Absätze sollen zuletzt nach Analystenschätzungen wieder leicht angezogen haben. Das iPad ist aber weit davon entfernt, Absatzzahlen der PCs zu erreichen. IDC schätzt, dass 2019 rund 267 Millionen Personal Computer weltweit verkauft wurden.

### Der Eingabestift kam später

Um die iPad-Verkäufe wieder anzukurbeln, versucht Jobs-Nachfolger Tim Cook, das iPad stärker als Produktivitätswerkzeug und Instrument für kreatives Arbeiten zu positionieren. Um dieses Ziel zu erreichen, setzte sich Cook auch über ein Mantra seines Vorgängers hinweg und stellte im September 2015 ein iPad Pro vor, das über einen Eingabestift verfügte. Jobs hatte sich stets dagegen gewehrt, Tablet-Computer oder Smartphones mit einem „Griffel“ auszustatten. „Man muss den herkrämen – und dann verliert man das Ding.“CHRISTOPH DERNBACH