

CLASSIC DRIVER

Apple iPad: Das Surfbrett als Allzweckwaffe



Den Platz zwischen Laptop und Smartphone möchte Apple mit einem neuen Tablet-Computer füllen - dem iPad. Das Multifunktions-Gadget mit 9,7 Zoll Touchscreen-Diagonale vereint dabei nicht nur Spielkonsole, E-Book-Reader, Videoplayer und mobiles Internet-Surfbrett. Wie schon beim iPhone sollen tausende freie Entwickler in kurzer Zeit auch zahllose neue „Apps“ entwickeln - und das iPad somit als ultimatives Multimedia-Gerät positionieren.

In den zahllosen Mac-Foren im Internet wurde es schon seit vielen Monaten diskutiert, nun hat Steve Jobs in gewohnter Rollkragen-Manier das neueste Produkt aus dem Apple-Kosmos präsentiert. Wie zahlreiche andere Hersteller setzt auch Apple momentan auf die Produktlücke zwischen Laptop und Smartphone, allerdings mit dem markentypischen Gesamtpaket aus präzise abgestimmter Hard- und Software sowie einem genialen Geschäftsmodell. Prinzipiell ist das iPad ein aufgeblasenes iPhone mit 9,7 Zoll LED-Display, das über die bekannte Fingertechnik per Touchscreen bedient werden kann. Und wie beim kleinen Smartphone-Bruder lassen sich zahllose Programme installieren, die den Tablet-Computer zu einer digitalen Allzweckwaffe im smarten Hochglanz-Look aufrüsten können. Noch stärker als beim iPhone soll die Verknüpfung zu den Shop-Angeboten von Apple ausgebaut werden: Neben dem iTunes Store für Musik und HD-Filme und dem App Store für die besagten Programme wird es in Zukunft auch einen iBookstore geben, im dem man - ähnlich dem E-Reader Kindle von Amazon - digitale Bücher kaufen kann.

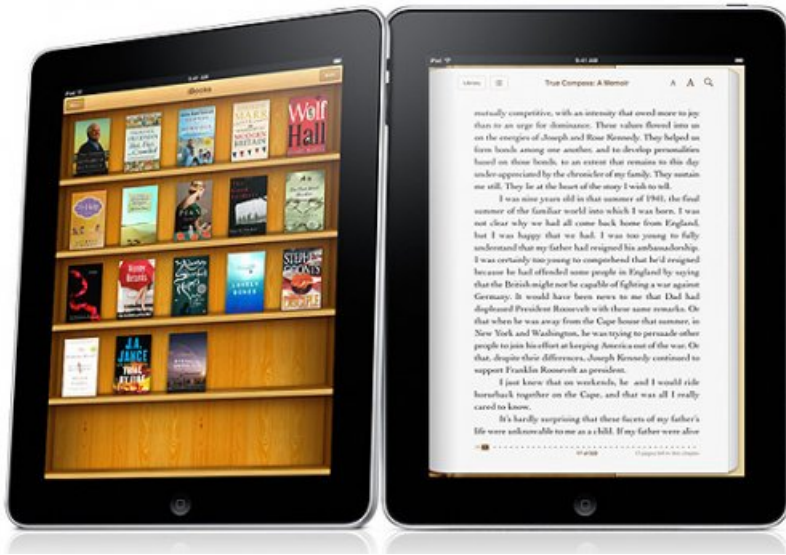




Neben der Musikindustrie, den Hollywood-Studios und den Buchverlagen hofft auch die angeschlagene Zeitungsbranche, mit dem iPad neue Kunden für Bezahlinhalte zu gewinnen. Ein Vertreter der New York Times präsentierte während der Keynote-Präsentation in San Francisco bereits, wie man auf dem großen, multidimensional drehbaren Display in Zukunft bequem die Zeitung lesen kann. Repräsentanten der Spiele-Industrie unterstrichen derweil die Gaming-Kompetenz der Konsole, die – dank zahlreicher Bewegungssensoren – auch neue, intuitive Formen der Handhabung erlaubt. Doch nicht nur Sony und Nintendo dürfen sich zurecht vor dem iPad fürchten, auch die Hersteller mobiler DVD- und Mediaplayer wird der neue Apple mit seiner offensichtlich brillanten Videodarstellung und der allzeit verfügbaren Download-Option zum Umdenken zwingen. Essentiell für das iPhone war natürlich auch die mobile Internet-Schnittstelle – für das iPad wurden die Fähigkeiten hier noch erweitert.



Für die digitale Bourgeoisie – und alle vernetzten Arbeitsnomaden – ist natürlich entscheidend, ob man das Entertainment-Wunder auch als Arbeitsstation nutzen kann. Steve Jobs präsentierte deshalb auch minutiös die Möglichkeiten, Emails zu schreiben, Kalendereinträge zu verwalten, Tabellen zu präsentieren und Bilder zu ordnen. Das alles, so verspricht der Vorstand, soll intuitiver, schneller und leichter von der Hand gehen, als bei jedem Computer zuvor. Auch die Stromversorgung – beim iPhone ein Problem – wurde verbessert: Bis zu 10 Stunden soll das nur 1,3 Zentimeter dünne iPad Videos abspielen, iBooks animieren oder Internetseiten anzeigen können. Doch es gibt auch Dinge, die das iPad nicht kann: Telefonieren zu Beispiel, oder Filme und Videos aufzeichnen. So bleibt die Möglichkeit der zukünftigen Besitzer vorerst auf den Konsum beschränkt.



Im Gegensatz zum iPhone ist das neue iPad nicht an einen Mobilfunkvertrag gebunden. Ohnehin soll es zwei Versionen des Tablet-Computers geben – ein Modell ausschließlich mit WLAN-Zugang und ein Modell mit zusätzlicher 3G-Funktion (UMTS & EDGE) für vollmobiles Surfen. Bei den Preisen bleibt Apple deutlich unter den Erwartungen: In den USA wird das kleinste Modell mit 16 GB Speicher und Wi-Fi für 499 US-Dollar angeboten, als 3G-Variante kostet es 629 US-Dollar. Für das iPad 32 GB Wi-Fi sollen 599 US-Dollar aufgerufen werden, für das 3G entsprechend 729 US-Dollar. Der Preis für das Spitzenmodell mit 64 GB Flash-Speicher liegt bei 699 US-Dollar bzw. 829 US-Dollar. In Nordamerika kann man bei AT&T zudem Prepaid-Datentarife erwerben, eine Flatrate kostet laut Apple rund 30 US-Dollar. Zu den europäischen Preisen und Tarifen der Mobilfunkanbieter machte Apple noch keine Angaben. Das WLAN-Modell soll allerdings schon Ende März in den Handel kommen, und zwar weltweit. Das UMTS-Gerät dürfte noch einen Monat länger brauchen. Bis dahin dürften auch die ersten interessanten Apps speziell für das iPad verfügbar sein.



Weitere Informationen finden Sie unter apple.com.

Text: [Jan Baedeker](#)

Fotos: Apple

ClassicInside - Der Classic Driver Newsletter

[Jetzt kostenlos abonnieren!](#)

Galerie

Source URL: <https://www.classicdriver.com/de/article/apple-ipad-das-surfbrett-als-allzweckwaffe>
© Classic Driver. All rights reserved.