

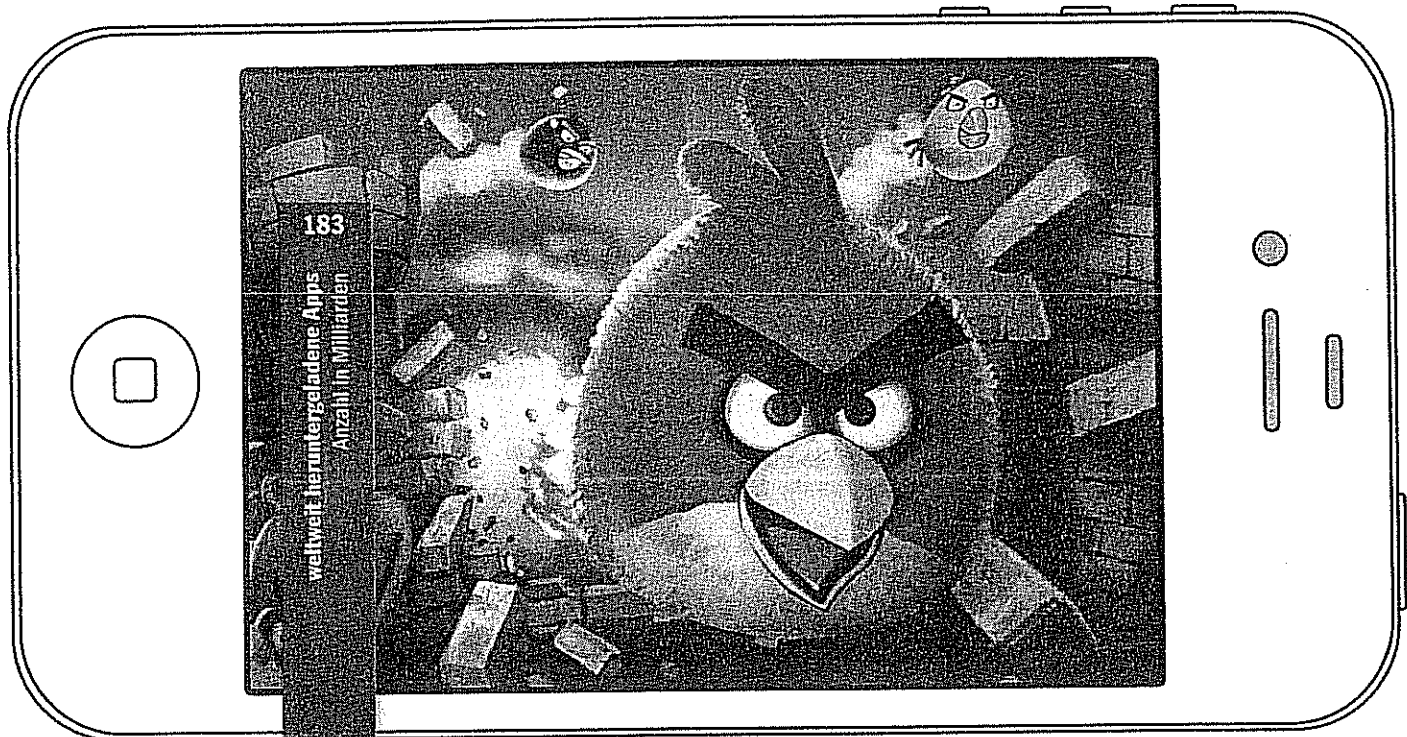
Und es geht App

Der Belgier Bart Decrem veröffentlichte das Musikspiel „Tap Tap Revenge“, das Nutzer binnen Jahresfrist 20 Millionen Mal installierten. Der Disney-Konzern wurde aufmerksam und akquirierte Decrem samt seiner Firma Tapulous.

Ich und meine

Super-App

Im neuen Megamarkt der Handy-Software hoffen auch Solo-Entwickler auf Ruhm und Reichtum. Einblicke in die härteste Branche des Internets



183

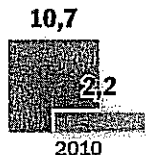
weltweit heruntergeladene Apps
Anzahl in Milliarden

Volltreffer

Mit dem Spiel „Angry Birds“ gelang der finnischen Firma Rovio ein Megaseller. Die schrägen Vögel verkaufen sich sogar als Plüschtiere millionenfach

XXL-Markt mit Niedrigstpreisen

Billig, billiger, App
Bei Apps addieren sich viele Cent-Beträge zu Milliarden: Bei 10,7 Milliarden geladenen Apps im Gesamtwert von 2,2 Milliarden Dollar ergab sich 2010 ein Durchschnittspreis von nur 20 Dollar-Cent



37,5

weltweite App-Umsätze
in Milliarden US-Dollar

*Prognose

Quellen: IDC, Forrester

Wer hätte gedacht, dass eine Horde wild gewordener Vögel das Zeug zum Superstar hat. Rote Piepmätze bilden das Basispersonal. Blaue können sich dreiteilen. Schwarze explodieren. Weiße werfen Eierbomben.

300 Millionen Minuten verwenden Menschen weltweit täglich darauf, die bunte Schar auf Schweine zu schleudern.

„Angry Birds“ ist eine App. Ein Stück Software also, das sich in Sekunden auf moderne Handys (Smartphones) und PCs laden lässt. Auf gut 500 Millionen Geräten nisteten sich die „Angry Birds“ bislang ein. In 79 Ländern stürmten sie die Spitze der Ranglisten des iPhone-Herstellers Apple, der das Massenphänomen App erfand. Drei Jahre ist das erst her. Heute gehören Apps zum digitalen Lebensstil.

Amerikaner verbringen täglich neuerdings mehr Zeit mit Apps (im Schnitt 81 Minuten) als im Internet (74 Minuten).

Es gibt alles. „Eyeout“ informiert über Kunstausstellungen in Berlin. „FatSecret“ meldet die Kalorienzahl von Speisen. „Fake-A-Call“ täuscht Anrufe vor, um überlange Termine elegant zu beenden. „Passion“ analysiert das Sex-Talent.

Der App-Hype ist ein Spaß – und ein großes Geschäft. 2015 erwarten Marktforscher Umsätze von 38 Milliarden Dollar.

Am neuen Megamarkt verdienen einige schon prächtig. Zwei Monate nach

Start seines Farbenspiels „Trism“ war Steve Demeter aus San Francisco 250 000 Dollar reicher. Das Ballerspiel „iShoot“ brachte Ethan Nicholas aus North Carolina in einem Monat gut 600 000 Dollar. Rovio, der finnische Produzent von „Angry Birds“, soll nun mehr als eine Milliarde Dollar wert sein – die App-Entwicklung kostete nur 100 000 Dollar. „Disney 2.0“ nennt Marketingchef Peter Vesterbacka die XXL-Vision für sein Unternehmen.

„Tiny Wings“, eine Art unschuldiges Pendant zu „Angry Birds“, zählt zu den größten Erfolgen made in Germany. Das Spiel um ein kleines Vögelchen flatterte in die Verkaufscharts von 49 Ländern. Der Kieler Andreas Illiger konzipierte die App zwei Monate lang und programmierte sieben weitere.

Nun brauche er drei Steuerberater, so sagt er, um seine internationalen Einkünfte zu sortieren. Der erste Blick aufs Bankkonto nach dem Überraschungserfolg sei „ein kleiner Schock“ gewesen.

Erst die Apps machten’s möglich. Nie zuvor stand Einzelentwicklern eine derart mächtige Plattform zur Verfügung, eine Bühne, von der aus sie ein Milliardenpublikum bespielen können – mit der Aussicht, selbst Millionen zu verdienen.

Ist der App-Markt also eine digitale Goldader, die nur Gewinner kennt?

Die Probleme beginnen beim Geld. Das App-Publikum ist eher knauserig. ►

90 Prozent aller in Deutschland heruntergeladenen Programme sind kostenlos, fand der IT-Verband Bitkom heraus.

Anbieter reagieren mit einer Köderstrategie: Sie verschenken ihr Produkt zunächst – in der Hoffnung, dass es den Nutzern gut gefällt und sie für zusätzliche Funktionen später gern bezahlen.

Bei „iShoot“ ging das Kalkül auf. Für 4,99 Dollar verkaufte sich die App anfangs nicht. Eine Gratisversion fand dann 2,5 Millionen Abnehmer – von denen sich immerhin 300 000 die auf drei Dollar ermäßigte Vollversion leisteten.

Die Erlös-Welt ist zweigeteilt. Die meisten Apps sind für Geräte verfügbar, die mit den Betriebssystemen von Apple (iOS) oder Google (Android) laufen. „Apple-Kunden sind eher bereit, für hochwertige Zusatzprogramme Geld auszugeben“, weiß Hanno Welsch vom deutschen Entwicklerverband Vieda. Android-Nutzer bevorzugten Gratisware.

Welsch verkaufte seine Fitness-App „iBody“ mehrere zehntausend Mal – häufig in Sonderaktionen unterhalb des regulären Preises von 7,99 Euro.

Apps müssen günstig sein, um Käufer zu finden. „Ein namhafter Anbieter wie Electronic Arts kann für die App-Version eines Videospieles 2,39 Euro verlangen“, hat der 16-jährige Julien Lux gelernt, der im Schülerteam Skapandi Media Apps entwickelt. „Wir nehmen 79 Cent – und vielen ist das immer noch zu teuer.“

Die Preise sind so niedrig, dass es die Masse machen muss

Cent-Apps müssen sich en masse verkaufen, um messbar Geld einzuspielen.

Wer als Entwickler die lukrativere Apple-Plattform nutzen will, hat deren striktes Reglement zu akzeptieren. Apple testet jede Software und kann Apps gegebenenfalls aussortieren. Wie etwa „Phone Story“, ein Spiel, in dem sich Arbeiter von Fabrikdächern stürzen – eine Anspielung auf regelmäßig kritisierte Arbeitsbedingungen bei Apple-Zulieferern in China.

Apple kann App-Produzenten sogar ausbooten. Funktionen beliebter Apps integriert der Konzern gern in neue Versionen des iPhone-Betriebssystems.

iOS 5 bietet nun Kommunikationsdienste, die jenen von „WhatsApp“ ähneln, einem bis dato erfolgreichen Programm, in dessen Zukunft Risikokapitalgeber acht Millionen Dollar investierten.

Apple ist der vielleicht größte Gewinner des App-Phänomens. Die Kalifornier beanspruchen 30 Prozent der Erlöse – bisher 1,5 Milliarden Dollar. Und jede neue App macht das iPhone noch attraktiver.

Für App-Entwickler hingegen ist die Vielzahl ein Problem. „Der Markt ist absolut überfüllt“, konstatiert Peter Farago von der US-Beratungsfirma Flurry. Bei Apple sind 500 000 Apps im Angebot – dabei laden Deutsche im Schnitt nur 17 Programme auf ihre Smartphones, wie der IT-Verband Bitkom ermittelte.

„Für jeden Erfolg wie ‚Angry Birds‘ gibt es tausend verärgerte Entwickler, deren Spiele nicht entdeckt wurden“, weiß Videospiele-Altmeister Trip Hawkins.

Einige zogen sich frustriert zurück. Andreas Heck aus dem bayerischen Vöhringen-Ilberberg war 2008 Gründungsmitglied der App-Entwicklergemeinschaft Vieda. Nun, drei Jahre später,

Top 10 | Deutschlands beliebteste iPhone-Kauf-Apps



	1 WhatsApp Messenger	2 Blueprint 3D	3 Licht an!	4 Gangster Rio: City of Saints	5 Battlefield: Bad Company 2
Kategorie	Soziale Netze	Spiele	Lifestyle	Spiele	Spiele
Funktion	Ersetzt SMS und schickt Nachrichten, Fotos und Videos gratis via Internet.	3-D-Bilderrätsel, bei dem man Zeichnungen in die richtige Position dreht.	Spendenaktion. Die App zündet auf dem Display eine digitale Kerze an.	Spieler schlüpfen in die Rolle eines brutalen Verbrechers in Rio de Janeiro.	Ego-Shooter. Man kämpft als US-Soldat in einem Krieg gegen Russland.
Macher	Die früheren Yahoo-Mitarbeiter Jan Koum und Brian Acton. Sequoia Capital investierte in diesem Jahr acht Millionen Dollar Risikokapital.	Die auf Download-Spiele spezialisierte Münchner Firma FDG Entertainment mit ihren Gründern Philipp Döschl, Markus Görl und Thomas Kern.	Die Organisation SOS-Kinderdörfer weltweit – sie bekommt 70 Prozent vom Preis. Bisher gibt es die App nur auf deutsch. 16 000 Downloads.	Gameloft, eine der weltgrößten Firmen für mobile Videospiele mit mehr als 4000 Entwicklern weltweit. Umsatz 2010: 141 Millionen Euro.	Entwickelt von einer schwedischen Tochter des Computerspiel-Giganten Electronic Arts (mehr als drei Milliarden Dollar Jahresumsatz).
Land	USA	Deutschland	Deutschland	Frankreich	USA
Preis	0,79 Euro	0,79 Euro	0,79 Euro	5,49 Euro	2,39 Euro

Stand: 14.11.2011, 9.45 Uhr

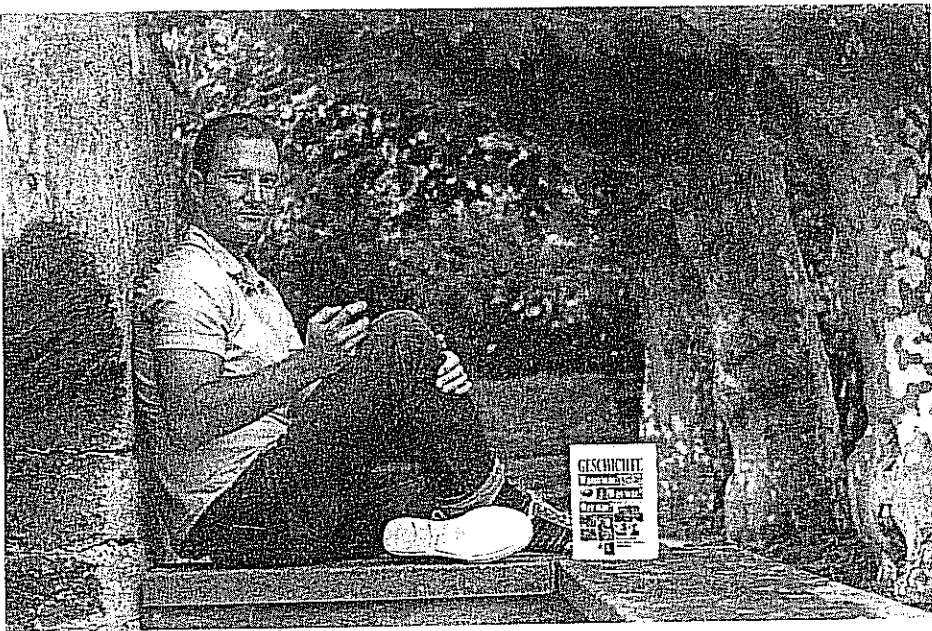


Foto: Wolf Heider-Sawal/FOCUS-Magazin

entwickelt er Apps nur noch nebenher, weil er davon nicht mehr leben kann.

Andere versuchen, sich auf die immer größere Rasananz des Geschäfts einzustellen. Er habe das Glück, erzählt Christian Rogobete, sich schon seit 2007 mit Apps einen Namen gemacht zu haben. „Altkunden beachten nun meine neuen Programme“, sagt der 35-jährige Münchner. „Und ich kann meine Apps auch nutzen, um sie wechselseitig zu bewerben.“

Geschichte fürs iPhone

Platz zwei der deutschen Apple-Rangliste belegte Stephan Gillmeier zeitweise mit „Der Geschichtskalender“. Der 36-Jährige entwickelte die App (Preis: 2,39 Euro), die täglich bedeutende historische Ereignisse auflistet, in seiner Freizeit

Rogobete wählt seine App-Themen sehr überlegt. Im Zweifel entscheidet er sich für ein vergleichsweise einfaches Programm wie „Aus Omas Trickkiste“ – und gegen ein sehr ambitioniertes. Das Risiko, am Ende in der Masse unterzugehen, ist auch für ihn einfach zu groß.

Mario Günther-Bruns aus dem badi-schen Kuppenheim formuliert als Credo: „Nur mit Qualität kann man bei der Vielzahl an Apps auffallen.“ Logo, Design, Text – alles müsse perfekt sein, glaubt der 38-Jährige („Sex-Knigge – Benimm im Bett ist in“): „Marketingstrategien kann man komplett vergessen.“

Eine Maxime, der etliche Experten widersprechen würden. So oder so – am Ende muss es gelingen, in der Smartphone-Gemeinde Gesprächsthema zu sein.

Um das zu erreichen, nutzen Profis alle Kniffe. Die Macher der Erfolgs-App „Angry Birds“ konzentrierten sich zunächst auf kleinere Länder wie Finnland, Schweden und Dänemark. Hier genühten niedrige Verkaufszahlen, um die App-Ranglisten zu bestimmen. Weil Internet-Blogs das aufgriffen, brachte ▶

Daddein ist die große Leidenschaft von App-Nutzern. Spiele dominieren die Rangliste. Die Software entsteht in großen und kleinen Firmen (fast) überall auf der Welt



6	Photogene ² for iPhoto	7	Doodle Jump	8	Angry Birds	9	Fruit Ninja	10	Scribblenauts Remix	Kategorie
	Bildbearbeitung		Spiele		Spiele		Spiele		Spiele	Funktion
	Ein Werkzeug, um Fotos zu verwalten und die Bildqualität zu optimieren.		Der Doodler, ein vierbeiniges Wesen, springt von Plattform zu Plattform.		Grüne Schweine entenden Vogeteiler – die Flatterschar schlägt zurück.		Ein unblutiges Schlitzer-Spiel, in dem nur Melonen und Kiwis aufplatzen.		Eine Figur namens Maxwell muss immer wieder neue Dinge einsammeln.	Macher
	Mobile Pond, eine Minifirma mit drei Mitarbeitern um den israelischen Entwickler Omer Shoor, der zuvor für den IT-Konzern Samsung arbeitete.		Die Firma Lima Sky des Kroaten Igor Pusenjak, der mit seinem Bruder nach Florida ging und Apps als große Chance für kleine Teams sieht.		Das finnische Unternehmen Rovio Entertainment, das bereits 2003 startete, aber erst sechs Jahre später mit den „Angry Birds“ richtig abhob.		Halfbrick Studios in Queensland um Shainiel Deo, der die Firma 2001 gründete. „Fruit Ninja“ fand seit April 2010 gut zehn Millionen Abnehmer.		Eine Sparte des US-Konzerns Warner Bros., der wiederum zum New Yorker Medien-Konglomerat Time Warner gehört (27 Milliarden Dollar Umsatz).	Land
	Israel		USA		Finnland		Australien		USA	Preis
	0,79 Euro		0,79 Euro		0,79 Euro		0,79 Euro		0,79 Euro	

es auch international Aufmerksamkeit – und half beim Eintritt in den viel stärker umkämpften angelsächsischen Markt.

„Um sich in Deutschland an die Spitze der Charts zu setzen, muss sich eine App 5000- bis 10 000-mal pro Tag verkaufen“, verrät Entwickler-Repräsentant Welsch. Auf den ersten 25 Plätzen seien es jeweils mehr als 1000 Stück. In den USA lägen die Zahlen um den Faktor zehn höher.

Das App-Geschehen erinnert an die Casting-Show „Deutschland sucht den Superstar“. Hier wie dort können Talente auf Ruhm und Reichtum hoffen und auch einiges dafür tun. Am Ende entscheidet über den Erfolg aber nicht zuletzt auch – Glück. Das Glück, nicht nur gut zu sein, sondern tatsächlich auch entdeckt zu werden.

Für Einzelbewerber gilt dies mehr und mehr. Zunehmend drängen finanzstarke Großkonzerne in den App-Markt. Disney etwa erwarb im Juli 2010 die Fir-

ma Tapulous – und mit ihr deren Gründer Bart Decrem. Als Chef von Disney Mobile verantwortet der Belgier nun beispielsweise „Wo ist mein Wasser?“, einen 79 Cent teuren Spiele-Hit, in dem Nutzer einen Alligator namens Swampy durch die Kanalisation schicken. Swampy ist die erste Comic-Figur, die Disney eigens für ein Handy-Spiel erfand.

Jeder Friseur und jede Tankstelle braucht eine eigene App. Oder?

„Apple hebt auf seiner iTunes-Plattform vorzugsweise Apps hervor, hinter denen große Firmen stehen“, beobachtet der Münchner Rogobete – und bleibt dennoch gelassen. Wenn es sich irgendwann nicht mehr lohne, konstatiert er, arbeite er eben wieder als Auftragsprogrammierer. Job-Ängste müssen gute App-Entwickler kaum haben. Nach Aufkommen des Internets glaubten früher oder später

nahezu alle noch so kleinen Betriebe, sie bräuchten nun einen eigenen Web-Auftritt. Heute gibt es den gefühlten Zwang zur eigenen App.

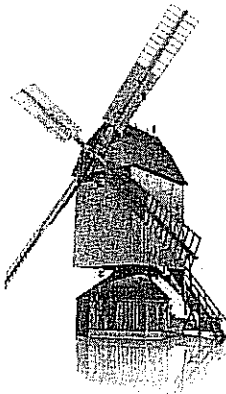
BMW, Audi und Mercedes pflegen ihr Markenimage längst auch per iPhone-Software. Milka ließ ein Programm entwickeln, das Nutzern die Lila-Kuh-Welt auch durch Spaß-Elemente wie ein Jodeldiplom näherbringen soll.

Im App-Wahn tut John Boese von der Werbeagentur Ogilvy & Mather vor allem eines: abraten. „Für jede App, die wir entwickeln“, sagt er, „habe ich Kunden 50 Ideen aus dem Kopf geschlagen.“

Mit Flops sammelte auch „Angry Birds“-Macher Rovio reichlich Erfahrung. Die Firma operierte schon am Rand der Pleite, als sie das 52. Produkt startete, eben „Angry Birds“ – und bei der App-Casting-Show ganz groß rauskam. ■

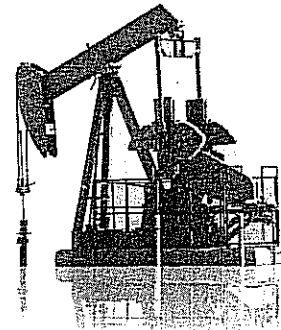
F. FLESCNER/J. HIRZEL/N. HUSMANN

12. Jh.



In Europa haben die Müller den richtigen Dreh raus. Die **Bockwindmühle** kann komplett in jede Richtung gedreht werden und so die Windkraft optimal nutzen.

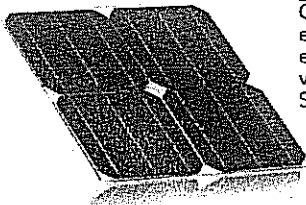
1953



Die kleinsten Mitarbeiter der Ölförderindustrie haben ihren großen Auftritt in Arkansas: **Bakterien** steigern in einem Feldversuch die Erdölproduktion.

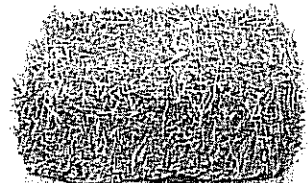
Dank der Chemie haben sogar Sonne un

1916



Nach Kaninchen und Rosen können nun auch **Kristalle** gezüchtet werden. Das Czochralski-Verfahren wird entdeckt. Heute ermöglicht es die effiziente Herstellung von Siliziumkristallen für Solarmodule.

2009



Wenn Forscher nur Stroh im Kopf haben, kann dabei auch eine Innovation herauskommen: Eine Pilotanlage in München macht aus Getreidestroh **Bioethanol** – einen Kraftstoff der Zukunft.