

BUZZWORD



Haben Sie die Nachrichten aus Davos vom Weltwirtschaftsgipfel verfolgt? Und nein, es soll jetzt einmal nicht um Greta gehen, die ja für sich genommen schon ein Buzzword auf zwei Beinen ist. Vielmehr geht es um die Sprache der Mächtigen und Reichen, die sich – mal abgesehen von den unvermeidlichen Poltereien des Donald T. – so fundamental gewandelt hat in den vergangenen Jahren.

Plötzlich geht es nicht mehr um Nachhaltigkeit auf einzelnen Sektoren von Wirtschaft und Politik – es geht ums Ganze: Ursula von der Leyen nennt Ross und Reiter, es geht um den „Green Deal“. Nicht einzelne Industriezweige oder Individuen ändern ihre Einstellung gegenüber Mutter Erde, damit sie uns noch ein wenig länger zur Verfügung steht – nein, gleich der ganze Kontinent Europa soll bis 2050 klimaneutral werden.

Das klingt so toll, wie es absurd ist. Wie soll das im Einzelnen funktionieren – außer, dass immer höhere Kompensationszahlungen für kleinere und größere Umweltsünden gezahlt werden? Ist der „Green Deal“ vielleicht nur ein ganz besonders cool klingendes Marketing-Label? Wenn man sich die neuen Töne aus dem Mega-Finanzimperium Blackrock anschaut, dann liegt der Verdacht nahe. Plötzlich soll es Deals mit dem weltweit größten Vermögensverwalter nur noch geben, wenn sie „grün“ sind. Was genau das ist, das bestimmen im Zweifelsfall die Investoren.

„Green Deal“ – das klingt erst mal nach einem Abkommen, bei dem alle einschlagen. Nun liegt es eigentlich in der Natur der Heuschrecke, auch der im wirtschaftlichen Bereich, eher kahl zu fressen als aufzufressen. Aber sollte jetzt plötzlich auch der härteste Kapitalgeber nur noch in Grün investieren, dann könnte sich in der Tat etwas ändern.

Die Risikokapitalgeber als Retter der Welt – diese Vorstellung stellt unser bisheriges Denken und Handeln auf den Kopf. Manchmal ist es eben auch die Realität, die uns zweifeln lässt, was wahr ist und was nicht.

Daniel Killy

HACK & APP

Whatsapp führt Dark Mode bei Android ein

Kaum eine Neuerung wurde von Whatsapp-Nutzern sehnlischer erwartet als der Dark Mode – nun erfüllt sich zumindest für Android-Nutzer der Wunsch. Wie schon bei Instagram lassen sich ab jetzt auch bei Whatsapp die Farbeinstellungen des Messengers je nach Tageszeit anpassen. Wer die Beta-Version 2.20.13 von Whatsapp für Android nutzt, kann den Dark Mode über die Einstellungen aktivieren – dort versteckt sich der Dunkelmodus unter „Chats“. Der abgedunkelte Modus setzt dabei, im Gegensatz zum hellen Modus, vor allem auf nachtblaue Farben.

Mehrere SD-Karten für eine Kamera

Wer sich eine neue Speicherkarte für seine Kamera zulegen möchte, kann viel Geld sparen, wenn man statt einer einzigen großen mehrere kleinere SD-Karten mit weniger Speicherplatz kauft. Denn rechnet man den Kaufpreis der Karten in die Kosten pro Gigabyte (GB) Speicherplatz um, kostet 1 GB auf einer 1000 GB (1 Terabyte) großen Karte aktuell fast doppelt so viel Geld wie 1 GB auf einer 128 GB großen SD-Karte. Außerdem geht man mit mehreren Karten auf Nummer sicher: Geht die Kamera verloren, sind nicht gleich alle Daten verloren.



Vom Wunder zur Flunder

Vor genau zehn Jahren führte Apple das erste iPad ein. Der Tablet-Computer wurde prompt zum Riesenerfolg – konnte die Ära des PCs aber nicht ablösen. Ein Rückblick auf zehn iPad-Jahre.

Von Christoph Dernbach

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“.

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 den letzten 24 Stunden rund 800 Nachrichten per E-Mail bekommen. In den meisten davon beklagt man sich. „Es gibt kein USB-Kabel! Dieses gibt es nicht, jenes gibt es nicht.“

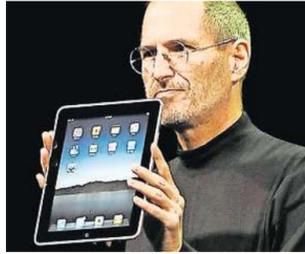
Erfolgreichster Verkaufsstart eines Elektronikprodukts

Doch als das iPad dann wenige Monate später in die Läden kam, verflog der Frust bei Jobs sehr schnell. In nicht einmal einem Monat verkaufte Apple eine Million iPads. Im März 2011, neun Monate nach der Produkteinführung, waren bereits 15 Millionen Apple-Tablets verkauft worden. Das iPad legte damit den bis dahin erfolgreichsten Verkaufsstart eines Elektronikprodukts für den Massenmarkt hin.

Die Pläne zur Entwicklung eines Tablet-Computers bei Apple reichen bis in die Achtzigerjahre zurück: Der damalige Apple-Chef John Sculley, der 1985 Steve Jobs aus dem Unternehmen gedrängt hatte, wollte 1987 sein Profil als „Visionär des 21. Jahrhunderts“ schärfen und stellte das Konzept eines „Knowledge Navigators“ vor.

Gates gegen Jobs: Der Streit um den „Griffel“

Apple-Chef Steve Jobs hatte sich zeitlebens dagegen ausgesprochen, Tablets oder Smartphones mit einem „Griffel“ auszustatten. „Man muss den herkramen – und dann verliert man das Ding“, sagte Jobs. In diesem Punkt sollte sich der ewige Jobs-Widersacher Bill Gates durchsetzen. Der damalige Microsoft-Chef sagte nach der Vorstellung des iPads, der Ansatz von Microsoft, einen Griffel für die Dateneingabe zu benutzen, werde am Ende doch bestehen. „Ich habe jahrelang einen Tablet-Computer mit einem Griffel prophezeit.“ Jobs-Nachfolger Tim Cook schuf aus dieser Prophezeiung schließlich Fakten.



Das ist es: Der frühere Apple-CEO Steve Jobs zeigt im Januar 2010 das erste iPad. FOTO: JOHN G. MABANGLO/DPA

In einem aufwendig produzierten Video wurde die Vision eines vernetzten Tablet-Computers visualisiert, der Persönlicher Digitaler Assistent (PDA), Kommunikationszentrale und vernetzte Wissensma-

schine in einem ist. Der Versuch von Sculley, diese Zukunftsvorstellung mit dem Apple Newton in die Realität umzusetzen, scheiterte spektakulär.

Steve Jobs legte das Konzept zunächst in die Schublade

Steve Jobs legte nach seiner Rückkehr zu Apple 1999 die kühnen Tablet-Pläne der Ingenieure zunächst in die Schublade und fokussierte sich auf die Wiederbelebung des Macintosh-Computers und den Einstieg ins Musikgeschäft mit dem iPod im Jahr 2001. Doch schon 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 – genau so sollte sechs Jahre später das iPad aussehen.

Als die ersten iPad-Prototypen 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. Das iPad wurde von Anwendern nicht nur wegen der langen Akkulaufzeiten geschätzt, sondern auch weil es als ideale Plattform für digitale Zeitungen und Magazine erschien. Springer-Chef Mathias Döpfner sagte kurz nach dem Marktstart in einem Gespräch mit dem Talkshow-Urgestein Charlie Rose: „Jeder Verleger auf der Welt

sollte sich einmal am Tag hinsetzen und Steve Jobs danken, dass er die Verlagsindustrie rettet.“

Absatzzahlen ließen zuletzt zu wünschen übrig

Die Medieninhalte, aber auch Spiele und Produktivitäts-Apps 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 Wettbewerbern wie Samsung, Amazon, Lenovo und Microsoft ab. Eine Zeit lang sah es so aus, als würde das iPad tatsächlich auch die herkömmlichen Personal Computer massiv zurückdrängen. Die Absatzzahlen stiegen immer weiter an und erreichten 2013 mit rund 70 Millionen Stück ihren Höhepunkt. Doch danach sanken die Verkäufe wieder.

Im Jahr 2018 wurden nur noch 43,5 Millionen iPads verkauft. Seitdem berichtet Apple keine Absatzzahlen mehr. 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 („Apple Pencil“) verfügte. Jobs hatte sich stets dagegen gewehrt, Tablet oder Smartphone mit einem „Griffel“ auszustatten.



Welcher Schutz für Windows?

Schutzsoftware für den PC ist heute unerlässlicher denn je. Windows hat dafür den Virenschoner Defender. Genügt der schon?

Von Benjamin Krüger

An Antivirensoftware herrscht kein Mangel. Zahlreiche Entwickler haben sich darauf spezialisiert. Sie bieten kostenlose Versionen ihrer Virenschoner oder dienen ihre Programme Herstellern gleich zur Installation ab Werk auf neuen PCs oder Notebooks an. Und die Bedrohungslage scheint der Angebotsfülle recht zu geben: Das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) registriert stetig mehr Angriffe. Guter Schutz ist also alternativlos.

Der in Windows 10 integrierte, kostenlose Virenschoner Defender galt in seiner Schutzwirkung lange Zeit nur als unzureichend. Doch in jüngster Zeit hat Microsoft mächtig

aufgeholt. Der Defender bietet nun kontinuierlich sicheren Schutz, wie etwa die regelmäßigen Tests des Magdeburger IT-Sicherheit-Instituts AV-Test bestätigen.

Der Defender erzielt dort sehr gute oder sogar Bestwerte bei der Erkennung von Schädlingen und besonders bei den gefährlichen Zero-Day-Angriffen, also jenen Attacken, die Sicherheitslücken noch am selben Tag ausnutzen, an denen sie entdeckt wurden.

Ist andere Antiviren-Software damit überflüssig? „Tatsächlich bieten andere auch nicht mehr Schutz“, sagt Ronald Eikenberg vom Fachmagazin „c’t“. Die kostenlosen Versionen der Virenschutzanbieter seien sich alle sehr ähnlich und böten einen etwa gleichwertigen hohen



Sicherheitsexperten registrieren stetig mehr Angriffe durch Schadsoftware. FOTO: FRANK RUMPENHORST/DPA

Schutz. Doch für Eikenberg haben auch die Wettbewerber eine Daseinsberechtigung. „Viele Hersteller bieten einen persönlichen Support, den der Defender nicht anbietet.“ Das ist besonders gut für unerfahrene Benutzer, die bei Unsicherheiten nicht alleingelassen werden wollen. Solch einen Service gibt es allerdings nur bei den kostenpflichtigen Premiumversionen der Virenschoner.

Diese enthalten zudem noch meist andere Tools, etwa zum sicheren Löschen von Dateien oder zum Aufräumen der Festplatte von Datenmüll. Ob diese Tools einen Kauf rechtfertigen, hängt von den persönlichen Bedürfnissen des Nutzers ab. Wer schon seit Jahren einen Virenschoner benutzt, braucht sein

gewohntes Programm jedenfalls nicht gegen den Defender austauschen, wenn kein Grund dafür besteht.

Ganz anders sieht es beim Thema Werbung aus. Viele kostenlose Virenschoner nerven mit Werbeeinblendungen auf dem Desktop. Selbst bei den kostenpflichtigen Premiumversionen sind Pop-ups, die auf andere Produkte des Herstellers hinweisen, keine Seltenheit. Der Defender verzichtet erfreulicherweise auf solche Einblendungen.

Für den Defender wie für jede andere Antivirensoftware gilt eine wichtige Regel: Er muss immer auf dem neuesten Stand sein. Ab Werk ist der Defender so eingestellt, dass er automatisch nach Updates sucht und diese selbstständig installiert.