

16.07.2014 - 20:50 Uhr

## Alte Zöpfe, Kommentar zu Apple von Sebastian Schmid

Frankfurt (ots) -

Nach anfänglicher Zurückhaltung tut sich Apple-CEO Tim Cook immer leichter, alte Zöpfe abzuschneiden. Nach der Einführung einer Dividende und zahlreichen Vorstandswechseln hat er nun eine alte Feindschaft zu den Akten gelegt. Die strategische Partnerschaft mit IBM ist dabei nicht aus der Not geboren. Der Konzernchef dürfte einfach kühl Kosten und Nutzen gegengerechnet haben und so zu dem Schluss gekommen sein, dass eine Zusammenarbeit Sinn ergibt.

Wo liegen die Vorteile für Apple? Big Blue wird iPhones und iPads künftig über die eigene Verkaufsmannschaft direkt vertreiben. Damit erhält der Konzern aus Cupertino Zugang zu einem komplett neuen Distributionskanal, der sich in Reichweite und Art der Kundenbeziehungen fundamental vom auf Endverbraucher ausgerichteten eigenen Vertrieb unterscheidet. Anreize für den iPhone-Vertrieb werden IBM-Mitarbeiter schon bald zahlreiche haben. Gemeinsam mit Apple entwickelt der IT-Dienstleister über 100 Applikationen für diverse Branchen und Spezialeinsatzgebiete.

Apple dürfte hoffen, so endlich auch in bislang schwer zugänglichen Sektoren wie der Finanzindustrie stärker Fuß zu fassen. Bislang gibt es hier - trotz steigender iPhone-Nutzung - noch immer eine loyale Blackberry-Fangruppe. Diese erfüllt gleich zwei Kriterien, die Apple auch bei den eigenen Kunden schätzt: eine hohe Markentreue und eine weit überdurchschnittliche Finanzkraft.

Denn allen Unkenrufen zum Trotz hat sich Apples Festhalten an der noch von Steve Jobs ausgerufenen Hochpreisstrategie im Smartphone-Markt bis heute bewährt. Zwar hatte Samsung vergangenes Jahr zeitweise fast genauso hohe Gewinne im Mobiltelefongeschäft eingefahren. Mittlerweile hat sich das Blatt aber wieder gewendet. Im ersten Quartal kam Apple wieder auf knapp zwei Drittel der Gewinne der gesamten Smartphone-Industrie. Vergangene Woche sprach Samsung für das abgelaufene Vierteljahr zudem eine Gewinnwarnung aus, speziell wegen des Preiskampfes bei Smartphones. Der Abstand dürfte damit weiter steigen.

Statt, wie von Analysten vergangenes Jahr gefordert, in den Preiskampf der Einstiegs- und Mittelklassegeräte einzusteigen, setzt Apple, wie der IBM-Deal zeigt, weiter auf die Smartphone-Oberklasse. Das dürfte dem iPhone-Konzern zwar weniger Absatzwachstum bringen. Die traditionell hohe Profitabilität wird aber auch nicht gefährdet. Und das ist ein alter Zopf, den sicher die wenigsten Anleger abschneiden wollten.

Kontakt:

Börsen-Zeitung  
Redaktion

Telefon: 069--2732-0  
[www.boersen-zeitung.de](http://www.boersen-zeitung.de)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100014783/100759094> abgerufen werden.