

# Pilze und Gezwitscher

Apple hat mit seinen Apps einen Boom bei Minicomputerprogrammen ausgelöst, die auf dem Kulthandy iPhone laufen. Davon profitiert auch eine kleine, aber feine Softwareszene in Deutschland.

**S**ophia Teutschler nippt an ihrem Gewürztee, tippt für die meisten Menschen unverständliche Befehle in ihr mattsilbernes Notebook, nippt wieder am Tee. Das Café in der Mannheimer Innenstadt, in das sie sich derzeit oft zum Arbeiten zurückzieht, ist in den vergangenen Monaten so etwas wie ihr zweites Büro geworden. Hier schreibt die Jungunternehmerin an kleinen Programmen, die Menschen rund um den Globus nutzen, die gerade die IT-Welt revolutionieren, die sich vermehren wie Keime in der Nährlösung.

Sophia Teutschler entwickelt Apps, jene Miniprogramme, deren Name einfach nur die Kurzform von Application (zu Deutsch: Anwendung) ist. Sie stehen für die kleinen Datenwunder, die in kaum noch überschaubarer Zahl aus Apples Kulthandy iPhone quellen. Inzwischen nennen auch Konkurrenten wie der Blackberry-Hersteller Research in Motion ihre Miniprogramme so.

Als der kalifornische iPhone-Hersteller Apple vor eineinhalb Jahren seinen App Store, der die Apps vertreibt, online schaltete, startete er einen regelrechten Rausch. Und das nicht nur in den USA, dem Mutterland des iPhone, sondern auch in Deutschland.

Am 1. November konstituierte sich hierzulande fast unbemerkt von der Öffentlichkeit die erste Branchenvereinigung, der Verband der iPhone-Entwickler deutschsprachiger Apps, kurz Vieda. Binnen weniger Wochen schwoll der Verband auf 70 Mitgliedsunternehmen an – so viele, dass es selbst die Initiatoren überraschte. Die Mehrzahl sind kleine Firmen mit zwei bis drei Mitarbeitern, die wie Softwareentwicklerin Teutschler eifrig den App Store

**App-Entwicklerin Teutschler**  
Inzwischen verkauft sie 400- bis 600-mal täglich ihr Miniprogramm Groceries – meist nach Amerika

von Apple benutzen, um ihre Programme für das iPhone weltweit und fast ohne logistischen Aufwand zu vermarkten.

Die Nachfrage ist gigantisch. Inzwischen haben iPhone-Besitzer rund um den Globus mehr als drei Milliarden Apps auf ihre Mobiltelefone geladen. Insgesamt stehen im App Store heute mehr als 125 000 Programme – für Geld oder kostenlos – zur Auswahl: Apps für 5,99 Euro, die aus dem iPhone ein Navigationsgerät machen; kostenlose Apps, die für jede Gelegenheit ein Kochrezept parat haben, selbst Apps, die Scharfschützen helfen, die Flugbahn einer Kugel zu berechnen. Der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt, auch in Deutschland nicht.

## 100 MILLIONEN DOLLAR FÜR APPS

Der Seewetterdienst iSeeWetterPro, das Lern-App iFahrschule, das Weltraumspiel Bomb Commander, das Online-Banking-App iOutBank, mittlerweile gibt es unzählige iPhone-Programme deutscher Herkunft. Nur die wenigsten stammen von Großkonzernen wie Bahn, Post und BMW oder von Medien wie der „Bild“-Zeitung oder dem „Handelsblatt“.

Die Entstehung vieler Apps passt zu dem jugendhaften Kult um das iPhone selbst. Matthias Kose etwa, der zuletzt seinen Lebensunterhalt als IT- und Strategieberater verdiente, hatte die Idee zu seinem ersten App, als er im ICE zwischen Köln und Bremen für die Segelprüfung büffelte. Der heute 42-Jährige fragte sich: Wäre es nicht praktisch, per iPhone zu lernen? Er überlegte nicht lange. Im Februar 2008 gründete er in Bremen die Firma Mobilinga, engagierte Softwareentwickler, begann ein App zu schreiben, mit dem sich unterwegs Fremdsprachen lernen lassen. Der Nutzer bekommt die wichtigsten Phrasen beigebracht, sogar von einer sympathischen Stimme vorgesprochen. Auf der Cebit 2009 stellte Kose das App vor. Binnen zweier Wochen kletterte Mobilinga, das es für 1,59 Euro zu kaufen gibt, im deutschsprachigen App Store auf Platz eins der dort veröffentlichten Verkaufshitliste. „Selbst die großen Spielehersteller mit ihren Apps hatten wir abgehängt“, sagt Kose stolz. Jetzt sei der Markt reif für das mobile Internet.

Dieses App-Fieber hat längst auch Investoren erfasst. Der amerikanische Wagniskapitalgeber Kleiner Perkins legte bereits 2008 einen 100-Millionen-Dollar-Fonds auf, der in App-Unternehmen investiert. Und bei Koses Mobilinga kaufte sich

Intro Retail & Media ein, die Investmentfirma, die der Familie des millionenschweren Textilerben und Multiunternehmers Hans Rudolf Wöhrle gehört. Wie viel Geld Intro in Mobilinga steckte, bleibt geheim. Doch Wöhrles Sohn Christian Greiner ist fest davon überzeugt, dass „über kurz oder lang vieles über das Mobiltelefon funktionieren wird“. Es werde mehr und mehr mobil eingekauft. „Zudem gibt es unzählige Verwendungsmöglichkeiten, die wir heute noch gar nicht realisiert haben“, sagt er.

Greiner versucht durch Mobilinga auch Know-how für andere Intro-Beteiligungen zu gewinnen, und er prüft, ob er für sie Apps entwickeln lassen soll. Einmal am Tag telefoniert er mit Kose. Es sei „wie im Wilden Westen, alles ist möglich“.



Wie groß das Geschäft mit Apps ist und welche Wachstumsaussichten es hat, wagt zurzeit niemand zu sagen. „Noch weiß keiner, wie groß der Markt wird“, sagt Mark Miller, Chef des Hamburger Finanzierungsspezialisten CatCap, der den Deal von Intro mit Mobilinga vermittelt hat. Sicher sei nur, dass man mit den Programmen Geld verdienen könne. Nutzer würden bereitwillig für Apps und Inhalte zahlen, sagt er. Die Preise im App Store reichen von 79 Cent für das „Bild“-App

bis zu 719,99 Euro für das Überwachungs-App Ira pro. Damit gelingt es der Internet-Branche erstmals, gegen die Kostenlos-Mentalität im Netz anzugehen. Hinzu komme die Möglichkeit, Werbung in die Apps zu integrieren. So ist CatCap auch an der Finanzierung der Hamburger Handywerbefirma Smaato beteiligt.

## APPLE KASSIERT 30 PROZENT

Zu den erfolgreichsten App-Machern zählt Sophia Teutschler. Die Baden-Württemberglerin arbeitet seit zehn Jahren als Softwareentwicklerin, programmierte einst als Angestellte in einer Softwarefirma unter anderem für den Chemieriesen BASF. Nachdem sie 2006 ihr eigenes Unternehmen Sophiestication gegründet hatte, schrieb sie zuerst kleine Programme für Apple-Computer. Als der US-Computerriese seine Entwicklersoftware für das iPhone veröffentlichte, kam Teutschler die entscheidende Idee: Ein App, mit dessen Hilfe Restaurantbesucher den angemessenen Betrag Trinkgeld errechnen können, abhängig davon, wie viele Gäste es waren und wie gut das Essen geschmeckt hat. Der Tipulator wurde zum Renner.

Apple nutzte Teutschlers App sogar, um damit im amerikanischen und im britischen Fernsehen für das iPhone zu werben. Den Tag, an dem der Spot erstmals ausgestrahlt wurde, verbrachte die Deutsche fast vollständig damit, am Rechner im Minutentakt die neuesten Verkaufsstatistiken aufzurufen und zuzusehen, wie der Tipulator dort nach oben schießt. Mittlerweile sind die USA Teutschlers wichtigster Markt. „Ich kann sehr gut davon leben“, sagt sie. Die 28-jährige Jungunternehmerin verdient mittlerweile so gut, dass sie sich eine schickere Wohnung leisten kann. Ihr neues App Groceries, einen digitalen Einkaufszettel für den Supermarkt, verkauft sie derzeit zwischen 400- und 600-mal am Tag – für 1,59 Euro oder 1,99 Dollar. Von den Einnahmen kassiert Apple 30 Prozent, der Rest geht an Teutschler.

Ihr aktuelles Projekt ist ein Kalender für historische Ereignisse. Wenn sie nicht im Café am Laptop arbeitet, dient ihr die neue Wohnung als Büro. Ideen, um das Geschäft weiterzuführen, habe sie massenhaft. Für die optische Gestaltung der Apps heuert sie inzwischen Freiberufler an, zum Teil auch zum Programmieren. Die Helfer, die oft in den USA und Großbritannien sitzen, lernt Teutschler unter anderem in Internet-Chats kennen. »

FOTO: ANDREAS KÖRNER FÜR WIRTSCHAFTSWOCHEN

» Der Siegeszug der Apps erklärt sich vor allem aus Apples App Store. Mit dessen Hilfe kann jeder Softwareentwickler ohne Aufwand ein weltweites Publikum erreichen. „Ich habe zuvor Programme für Windows-Mobiltelefone programmiert“, sagt der saarländische App-Entwickler Hanno Welsch. Das sei nicht viel schwieriger gewesen als beim iPhone. Doch habe er für die Programme damals einfach keinen Markt erreicht. Der App Store habe das alles geändert.

**PERSÖNLICHER DRAHT ZU APPLE**

Doch bringt der riesige Erfolg auch erste Probleme. Schon gibt es so viele Apps, dass es schwierig wird für die Entwickler, aus der Masse hervorstechen. Viele von ihnen setzen deshalb auf Blogger, die neue Apps in ihren Internet-Tagebüchern empfehlen. Zudem schalten die ersten App-Hersteller Anzeigen in Computerzeitschriften.

Besonders wichtig für die App-Entwickler hierzulande und anderswo ist es, gute Verbindungen in die Apple-Zentrale im kalifornischen Cupertino aufzubauen. Denn der verschlossene Konzern habe

nur wenige Mitarbeiter in Europa sitzen, die sich um die hiesige App-Szene kümmern, berichten App-Entwickler. Die meisten reisen deshalb zum jährlichen Softwareentwicklertreffen WWDC nach San Francisco und besuchen alle von Apple veranstalteten Tech Talks in der Bundesrepublik. Zu den Treffen 2008 in München und Berlin kamen jeweils rund 400 Entwickler, berichtet Apple-Sprecher Georg Albrecht. 2009 in Hamburg seien es rund 500 gewesen – professionelle Programmierer und solche, die es als Hobby betreiben.

**3 000 000 000**  
**Miniprogramme**  
**haben iPhone-**  
**Besitzer binnen**  
**anderthalb Jahren**  
**heruntergeladen**

Noch ist die App-Programmierung ein kleines, aber feines Geschäft. Finanzierungsvermittler und CatCap-Chef Miller rechnet jedoch damit, dass es in ein bis zwei Jahren in Deutschland eine Reihe App-Entwickler geben wird, die mit ihren Programmen jährlich fünf bis zehn Millionen Euro umsetzen. Dann werde die neue Branche ihre erste Welle von Übernahmen und Fusionen erleben. Dass Google im November den US-Mobilfunk-Werbevermarkter AdMob gekauft habe, sei ein erster Vorgeschmack.

Um sich für die Fusionswelle zu wappnen, forciert Mobilinga-Chef Kose das Wachstum. Diesen Monat startet er den Verkauf seines Lern-Apps in den USA. Zudem entwickelt er gerade weitere solcher Apps, unter anderem für Schüler, Studenten und zum Training des Allgemeinwissens. Mobilinga hat bereits sieben Mitarbeiter und sucht händierend weitere iPhone-Softwareentwickler. Wenn Kose diese findet, will er im Sommer zwölf Leute beschäftigen.

Doch diese Experten sind so begehrt wie schwer zu finden. Noch immer sucht etwa der vor einem Jahr gegründete Biele-



**Apps iSeeWetterPro, Skobler, Tipulator und Vogelstimmen-Trainer (von links)**  
*Viele Entwickler warten auf Apples Tablet-Rechner, um auch für den Apps zu schreiben*

felder App-Entwickler InnoMoS iPhone-Programmierer. Denn auch InnoMoS hat noch viel vor, stellt das Unternehmen doch nicht nur Apps her, mit denen der Spaziergänger via iPhone im Wald Vogelstimmen und Pilzsorten erkennen kann – allein das Vogelstimmen-App, das in der Vollversion 9,99 Euro kostet, wurde inzwischen 26 000 Mal heruntergeladen. Die Bielefelder programmieren auch Apps für Unternehmen. Zusammen mit dem Controlling-Dienstleister Reporta aus Hamburg schrieb InnoMoS ein App

zur Betriebsauswertung, das Finanzdaten eines Unternehmens aufs iPhone überträgt. Zudem hat InnoMoS ein App zur Zeiterfassung entwickelt, das Außendienstmitarbeiter und Freiberufler einsetzen können, um ihre Arbeitszeit oder Stunden bei Mandanten abzurechnen.

Für viele Entwickler sind die Apps für das iPhone derzeit allerdings nur der erste Schritt. Mobilinga etwa programmiert Lernsoftware auch für das neue Handy Nexus One von Google. Das arbeitet nicht wie das iPhone mit dem Betriebs-

system iPhone OS, sondern mit dem Konkurrenzsystem Android, basiert somit auf einer anderen Programmiersprache. Für den BlackBerry gibt es inzwischen ebenfalls einen App-Shop. Zudem startet der finnische Handyriese Nokia gerade eine Offensive, schrieb einen Wettbewerb mit einer Million Dollar Preisgeld aus für den, der ein App entwickelt, das das Leben armer Menschen in Entwicklungsländern verbessert.

Und dann ist da noch der Tablet-Rechner mit Touchscreen, den Apple der Gerüchteküche zufolge am 27. Januar vorstellen wird. Die meisten App-Entwickler sitzen schon in den Startlöchern, um auch für dieses Gerät Apps zu entwickeln. Schließlich soll der Tablet-Rechner, so die allgemeine Vermutung, eine Art großes iPhone werden.

Langfristig scheint nur der Himmel die Grenze für den Verkauf von Apps zu sein. Behält die amerikanische Marktforschungsfirma IDC recht, explodiert die Zahl der Surfer im mobilen Internet von derzeit 450 Millionen allein bis 2013 auf mehr als eine Milliarde.

thomas.stoelzel@wiwo.de

JWT



mazda

**SEIN REVIER IST DIE STADT.**  
 DER NEUE MAZDA CX-7 DIESEL.

**EURO-5-NORM UND ADBLUE®**

Als erster japanischer Hersteller setzt Mazda auf SCR-Abgasreinigung mit AdBlue®. Kein Wunder also, dass der Mazda CX-7 mit seinem hocheffizienten 2.2 l Common-Rail-Turbodieselmotor zu den wenigen SUVs gehört, welche die strenge Euro-5-Abgasnorm erfüllen. Schon ab € 29.990<sup>2</sup> gehört die Stadt Ihnen. Testen Sie den neuen Mazda CX-7 Diesel auf einer Probefahrt bei einem Mazda Vertragshändler in Ihrem Revier. [www.mazda.de](http://www.mazda.de)

Kraftstoffverbrauch (innerorts/außerorts/kombiniert): 9,1/6,6/7,5 l/100 km; CO<sub>2</sub>-Emissionen im kombinierten Testzyklus: 199 g/km. <sup>1</sup> AdBlue® ist ein eingetragenes Warenzeichen des Verbands der Automobilindustrie (VDA). <sup>2</sup> Ein Angebot der Mazda Motors (Deutschland) GmbH, zzgl. Überführungs- u. Zulassungskosten. <sup>3</sup> SMS-Versand zu netzinternen Kosten, zzgl. Downloadkosten (WAP/GPRS) gemäß Ihrem Mobilfunkvertrag.



Der Mazda CX-7 aufs Handy! Inklusive News, Tests, Meinungen und Konfigurator.  
 • QR-Code mit dem Handy fotografieren oder  
 • SMS mit „Mazda“ an 88044 senden<sup>3</sup> oder  
 • [www.mazda-cx-7.mobi](http://www.mazda-cx-7.mobi) direkt eingeben

