

AUF GEHT'S!

Weg vom Alltagsgrau – hier ist der neue Herbst/Winter/Frühjahr-Katalog mit feinen Ein-paar-Tage-Seereise-Urlaubs-Überraschungen für Sie:

SILJA 91/92. Schöne Ideen, die Bilder und Träume wecken. Erlebnisse, die den Horizont erweitern. Eindrücke, die die Seele streicheln. Phantasien, die aus ein paar freien Tagen viel Meer-Urlaub machen.

Geben Sie uns Ihre Adresse und Sie erleben postwendend Ihren Katalog SILJA 91/92.

Telefon: 0451-5899-222

Telefax: 0451-5899-243

Oder ab geht die Postkarte:

FINNJET-SILJA LINE GmbH,
Zeißstraße 6, 2400 Lübeck 1

Name

Anschrift

Telefon

AG/Sp 39



TECHNIK

Computer

Später Start

Sechs neue Rechner, streng geheimgehalten, sollen dem US-Computerhersteller Apple zu neuem Glanz verhelfen. Jetzt wurde das Geheimnis gelüftet.

Nichts sollte nach draußen dringen, bis zum 21. Oktober. Erst dann, zur Eröffnung der gigantischen Computerschau „Comdex/Fall '91“ in Las Vegas (US-Staat Nevada), wollen die Apple-Oberen dem gespannten Publikum die neuen Rechner mit dem bunten Apfel-Logo präsentieren.

Die Erwartungen sind hoch, sie wurden in den vergangenen Monaten durch kryptische Andeutungen noch systematisch gesteigert. „Produkte, für die wir bisher nicht bekannt sind“, kündigte etwa Apple-Boß John Sculley an. Bob Puette, USA-Chef des Unternehmens, versprach der Computergemeinde gar „regelrechtes Dynamit“.

Damit die Bombe nicht zu früh platze, wurden nur wenige Vertreter der Fachpresse mit Vorabinformationen aus dem Apple-Hauptquartier im kalifornischen Cupertino gefüttert. Vorher allerdings mußten sie sich in ausgeklügelten Verträgen dazu verpflichten, während der Sperrfrist absolutes Stillschweigen zu bewahren.

Es half alles nichts. Die geplante Show könnte den Kaliforniern nun verdorben werden von einer kleinen, unabhängigen Computerzeitschrift aus Deutschland. Vier Wochen vor der größten Produktvorstellung in der Apple-Firmengeschichte enthüllt das Fachblatt *Macup* aus Hamburg in seiner

neuen Ausgabe eines der bestgehüteten Geheimnisse der Branche.

Präsentiert werden mit einer Fülle technischer Details insgesamt sechs neue Computer aus Cupertino: drei leichtgewichtige „Notebooks“, elegante Mini-Maschinen für den mobilen Einsatz, ein würfelförmiger Tischrechner in klassischem Apple-Design sowie zwei kraftvolle Arbeitsplatzrechner („Workstations“), die als „Tower“ (Turm) unter dem Schreibtisch geparkt werden können. Die abgedruckten Grafiken der PC-Erklönige sind laut Aussage einer Apple-Mitarbeiterin „fast wie fotografiert“.

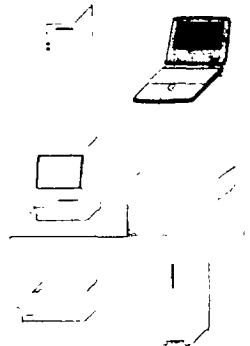
Für Unruhe bei den Apple-Bauern im Silicon Valley hatte bereits der *San Francisco Chronicle* gesorgt, als er Mit-



Aufgedeckt!

Die Neuen von Apple

Tower
Notebooks
Classic II
Laserdrucker
Scanner



Programme: MacDraw Director 2.0, WordPerfect 2.0, MeetingMaker
Workbook Iris Indigo: Begier für Apple und MacXT Report Mini im Mac
Special: Drucker Netz System 7.0 Herausgeber und Abonnenten

Macup-Titelblatt
Erklönige aufgespürt



Apple-Chef Sculley, „Macintosh“-Computer: Endlich raus aus der Nische?

te August erste Einzelheiten über die neue Produktlinie veröffentlichte.

Prompt stiegen die Kurse der Apple-Aktien an der New Yorker Börse, obwohl die Firma die Meldung nicht bestätigt hatte. Fieberhaft wurde in der Zentrale in Cupertino nach der undichten Stelle gefahndet – doch vergebens.

Per Datenleitung sickerten weitere Details durch, diesmal nach Deutschland: Nächtelang hatten die *Macup*-Rechercheure von Hamburg aus elektronisch ihre Informationsquellen in Kalifornien angezapft, morgens fanden sich dann vertrauliche Apple-Memos in den Computer-Postfächern der Redaktion. „Noch nie“, erklärt *Macup*-Redakteur Volker Riebartsch den Aufwand, „war das Interesse an einer Apple-Produkteinführung vorher so groß.“

Von „Dynamit“ allerdings kann angesichts der enthüllten Hardware kaum die Rede sein. Zunächst will die Firma „auf Teufel komm raus“ (Apple-Deutschland-Sprecherin Renate Knüfer) Marktbereiche erschließen, die bislang vernachlässigt wurden:

- ▷ So wird die wichtigste Neuerung, ein Notebook-Computer namens „Macintosh PowerBook“, gleich in drei Versionen („100“, „140“ und „170“) angeboten werden, vom Einsteigermodell (ohne eingebautes Diskettenlaufwerk, Gewicht: 2,3 Kilogramm) bis zur schnellen und speicherstarken Profi-Ausführung (3,1 Kilogramm) mit modernem „Motorola 68030“-Prozessor und eingebautem Telefaxmodul. Das „PowerBook 100“ soll komplett beim japanischen Elektronikriesen Sony produziert werden.
- ▷ Unter dem Namen „Macintosh Classic II“ wird ein würfelförmiger Schreibtisch-PC vorgestellt, gleichsam eine gehobene Version des erst vor einem Jahr eingeführten Apple-Bestsellers „Classic“. Ausgerüstet ebenfalls mit dem vielseitigen „68030“-Prozessor, eignet sich der „Classic II“ (Preis: rund 4000 Mark) für Privatanwender wie für den Bürobereich.
- ▷ Die beiden Rechnertürme „Quadra 700“ und „Quadra 900“ wurden für den sogenannten High-End-Markt entwickelt, erstmals setzt Apple in diesen Maschinen die besonders rechenstarken „68040“-Hochleistungsprozessoren von Motorola ein, auch „Computer auf einem Chip“ genannt. Die beiden „Quadras“ (Preis: rund 13 000 bzw. 18 000 Mark) sollen vornehmlich an investitionsfreudige Verlage und Grafikstudios verkauft werden.

Vom Erfolg der neuen Produkte (zu denen die Firma sich nicht näher äußern will) hängt für Apple viel ab, das ange-

G L E N N C L O S E

Liebe. Leidenschaft. Intrigen. Chaos.

Und dabei hat die Overture noch gar nicht begonnen.



ZAUBER DER

VENUS

WARNER BROS präsentiert

Eine ENIGMA Produktion · GLENN CLOSE · NIELS ARESTRUP · "MEETING VENUS"
Autoren ISTVÁN SZABÓ und MICHAEL HIRST · Produzent DAVID PUTTNAM · Regie ISTVÁN SZABÓ

© 1997 Warner Bros. Entertainment Inc. Alle Rechte vorbehalten. TELESPEC

Ab 26. September im KINO



Bei uns hat mein Mann



die HILTL an



Hosenmode
vom Besten

HILTL

bei Ihrem Herrenausstatter und
im guten Fachgeschäft

Fritz Hiltl, Postfach 1252
D-8458 Sulzbach-Rosenberg

kratzte Apple-Image könnte etwas Politur gut vertragen. So bescherte zwar die Entscheidung, mit Geräten wie dem „Classic“ (für rund 3000 Mark) Personalcomputer auch der unteren Preisklasse anzubieten, der früheren Edelmarke steigende Umsätze und wachsende Marktanteile; in den USA liegt Apple heute beim PC-Verkauf auf Platz zwei hinter IBM. Im Sommer hat Apple sogar eine strategische Allianz mit dem Marktführer angekündigt (SPIEGEL 26/1991).

Gleichzeitig aber sanken in den vergangenen Monaten auch die Gewinne des Unternehmens. Als Folge von Sparmaßnahmen mußten im Juni rund 1500 der weltweit 15 000 Beschäftigten ihren Arbeitsplatz räumen.

Absatzrückgänge in den USA wurden auf die Gerüchte um neue Apple-Computer und Preissenkungen zurückgeführt. Auch in Deutschland reagierten Apple-Kunden verunsichert. So will etwa Apple-Anwender Stefan Melzer, Chef des Autoteilegroßhandels „Adam & Melzer“ in Hamburg, „mit weiteren Investitionen bis Ende des Jahres warten“.

Besonders schwer zu tragen hatte Apple am „Macintosh Portable“, dem Erstversuch der kalifornischen Firma auf dem Gebiet der tragbaren Laptop-Computer. Selbst die berühmt „benutzerfreundliche“ Software aus Cupertino, so zeigte sich bald nach der Markteinführung im Herbst 1989, konnte die gewichtigen Nachteile des kapitalen 14-Pfünders nicht aufwiegen.

Während der plumpe Apple-„Schlepptop“ (Verkaufspreis in Deutschland: rund 9000 Mark) bleiern in den Händlerregalen ruhte, verkauften japanische und amerikanische Konkurrenten wie Toshiba (deutscher Marktanteil: 44 Prozent) und Compaq (28 Prozent) immer kleinere und leichtere „Notebook“-PC in Din-A4-Größe.

Mit den neuen „PowerBook“-Minis, hofft etwa Archibald Horlitz, Geschäftsführer der Computer-Handelsfirma HSD in Berlin, komme Apple nun „endlich aus der Nische raus“. Auffälligstes Merkmal der vergleichsweise leichtgewichtigen neuen Notebook-Computer ist ein drehbarer „Trackball“, der unterhalb der Tastatur in die Konsole eingelassen ist. Damit können wie sonst mit der sogenannten Maus Symbole auf dem Bildschirm angesteuert und „angeklickt“ werden.

Als Nachteil könnte sich erweisen, daß dem „PowerBook 100“ kein eingebautes Diskettenlaufwerk mitgegeben wurde, nur ein externes kann angeschlossen werden. Vorgesehene Verkaufspreise der neuen Apple-Portablen in Deutschland: zwischen 4800 und 8500 Mark.

Mit dem späten Start in den Notebook-Markt hat Apple seine Produktprobleme allerdings noch lange nicht gelöst, Nach-



Laptop-PC „Macintosh Portable“
Plumper „Schlepptop“

holbedarf besteht auch im Workstation-Bereich. Der bisherige Leistungsträger „Macintosh IIfx“ ist unter Druck geraten, selbst eingefleischte Apple-Anhänger finden die Maschinen von US-Konkurrenzfirmen wie Sun oder Next immer attraktiver.

So soll sich der grafikstarke „Quadra 900“, das neue Hochkantkraftpaket aus Cupertino, auch zum leistungsfähigen „Server“ eignen, als zentrale Bedieneinheit für betriebsinterne Netzwerke also. Noch in der vergangenen Woche allerdings gab es Probleme bei der Programmierung der hochkomplexen Maschine, die den Terminplan für die Vorstellung zu gefährden drohten.

Viel Zeit kann sich Apple (die Firmengründer Steve Jobs und Stephen Wozniak hatten 1977 in einer Garage den ersten Personalcomputer zusammengebastelt) mit seinen neuen „Quadra“-Spitzenmodellen nicht lassen. Der einstmals sichere Vorsprung ist längst dahin.

Bereits im Juli hatte die US-Firma Silicon Graphics, Marktführer bei den gehobenen Grafik-Workstations, ihre neueste Kreation vorgezeigt, die den „Quadrads“ schwer zu schaffen machen könnte. Ihre „Indigo“ basiert auf einem hochspezialisierten RISC-Prozessor, der aufwendige dreidimensionale Grafiken und Audiodbearbeitung in DAT-Qualität ermöglicht.

Das Preisrennen geht weiter. Mit 9995 Dollar kostet die „Indigo“ in den USA kaum mehr als der „Quadra 900“, und auch der Geschwindigkeitsrausch hält unvermindert an: Der „Indigo“-Chip schafft 30 Millionen Rechenschritte pro Sekunde, fast doppelt so viele wie der „Quadra 900“.