

Hollywood: Angst vor Apple unbegründet

Die Film- und Fernsehstudios Hollywoods brauchen sich keine Sorgen machen, dass Apple ihnen bald einen gewichtigen Teil des Umsatzkuchens stehlen könnte. Zu diesem Schluss kommt ein aktueller Bericht des internationalen Finanzunternehmens Barclays, der das anhaltende Gerücht eines möglichen Einstiegs des IT-Riesen aus Cupertino in das TV-Geschäft aufgreift. „Die Studios haben es durch Zusammenschlüsse und Kooperationen geschafft, die eigene Position derart zu stärken, dass nicht einmal Apple ihnen einen Strich durch die Rechnung machen kann“, heißt es darin.



Apple-TV: Gerüchte um TV-Einstieg machen die Runde (Foto: flickr.com/paz.ca)

„Gerüchte über einen Einstieg Apples in das TV-Geschäft kursieren bereits seit geraumer Zeit. Mittlerweile kann man aber mit einiger Sicherheit davon ausgehen, dass hier etwas kommen wird“, erklärt Markenexperte Markus Hübner von Brandflow. Aus Sicht des IT-Konzerns sei dieser Schritt nur logisch. „Nach dem Mobilfunkmarkt will man nun auch den Sprung in das heimische Wohnzimmer der User schaffen. Wenn es dem Unternehmen hier gelingt, eine praktikable Lösung für Videoinhalte zu präsentieren, steht der TV-Branche sicherlich ein gravierender Umbruch bevor“, so Hübner.

Was genau sowohl die User als auch die Hollywoodstudios hierbei erwartet, ist derzeit aber noch völlig unklar. „Ob es sich dabei um eine reine Softwarelösung oder eine Kombination aus Hard- und Software handeln wird, wird sich erst zeigen“, merkt Hübner an. Er schließt sich in diesem Punkt aber der Auffassung vieler Experten an, die am ehesten davon ausgehen, dass Apple eine eigene Set-Top-Box vorstellen wird, die sich gemeinsam mit anderen Geräten des Herstellers – iPhone und iPad – nutzen lässt und als zentrale Schnittstelle für digitale Inhalte in den Eigenheimen der User positioniert werden soll.

Gerade in letztgenanntem Punkt sieht aber der vorgelegte Bericht einen möglichen Schwachpunkt der Apple-Strategie. „Das verworrene Netz aus Lizenzrechten, das die Studios kontrollieren, wird den Versuch Apples, sich im Wohnzimmer der Nutzer zu etablieren, sehr erschweren“, zitiert das US-Branchenblatt Variety den Barclays-Analysten Anthony DiClemente. Demnach wäre es für Neueinsteiger in der TV-Branche nahezu unmöglich, sich die unterschiedlichen Rechte zu sichern, um Konsumenten über eine zentrale Schnittstelle mit digitalem Content versorgen zu können. „Diesem Argument widerspricht die Tatsache, dass die Marktposition Apples weltweit so stark ist, dass sich daraus auch klare Vorteile bei Lizenzverhandlungen ergeben“, entgegnet Hübner. (pte)