

ISTEPS/WIDGETLABS

# Ein kölscher Perser und der Siegeszug der Apps

Mehrdad Piroozram hat Vodafone aufs iPhone gebracht. Jetzt legt er auf dem iPad nach – und prognostiziert das Aussterben des klassischen Webbrowsers



**Klares Konzept: Mehrdad Piroozram hat beruflich nur Apps und Widgets im Blick**

→ Manchmal nimmt man revolutionäre Schritte eher beiläufig wahr. Dass **Vodafone** Deutschland sich als einer der ersten Mobilfunk-Carrier weltweit mit einer Marken-App offensiv vom eigenen Netz gelöst hat, wissen **iPhone**- oder **BlackBerry**-Nutzer seit Herbst 2009 zu schätzen. „**Vodafone Update**“ ist praktisch, weil es die aktuellen Streams verschiedener sozialer Netzwerke wie **Twitter**, **Facebook**, **MySpace** oder **LinkedIn** in einer App bündelt. Was strategisch dahinter steckt, dürfte Otto Normalmobilsurfer allenfalls ahnen. Es wird ein bisschen deutlicher, wenn man die jüngsten Zukunftspläne der Konkurrenz kennt: „Wir brauchen exklusive Apps, um zu zeigen: Das gibt es nur bei der **Telekom**“, sagte deren Geschäftsführer Marketing, **Christian Illek**, Anfang Juli der Nachrichtenagentur **Reuters**. Dass

Vodafone Monate voraus ist und sein Logo auf diesem Weg auch auf die iPhones der Telekom-Kunden bugsiert hat, ist nicht zuletzt das Werk von **Mehrdad Piroozram**, 39. Der Chef der Kölner Firmengruppe **iSteps Widget Ventures** hat an seinem Erfolg als Dienstleister sichtlich Spaß. „Der Schritt von Vodafone war so revolutionär, weil Carrier sonst an ihrem Netz kleben wie Babys an der Mutterbrust. Jetzt werden weltweit unzählige dem Beispiel folgen“, glaubt Piroozram.

Mit seinem Kunden Vodafone befindet er sich längst auf der nächsten Ausbaustufe. In diesen Tagen schaltet **Apple** die „Vodafone Update“-Version fürs **iPad** im App Store frei. Die Programmierer der iSteps-Tochter **Widgetlabs** haben rund 40 % der Anwendung neu entwickelt, vor allem Interface und Steuerung unterscheiden sich gewaltig vom iPhone.

## „Carrier kleben am Netz wie Babys an der Mutterbrust.“

iSteps-Chef Mehrdad Piroozram

Auf dem haptisch anspruchsvolleren Tablet kann der Nutzer nun nicht mehr nur seinen gesammelten Freunden folgen und selbst Status-Updates eingeben – die individuellen Darstellungsmöglichkeiten haben sich dank stylischer Overlay-Grafiken vervielfacht. Anders als bei der Smartphone-Variante werden Videos und Fotos dargestellt, die mit Facebook-Einträgen verknüpft sind. Auch die Suchmöglichkeiten nach Themen oder Nutzerprofilen bei Twitter sind stark ausgeweitet. Neben **Twitpic** ist nun

auch der iSteps-eigene Bilderdienst **imageloop** integriert. Bei beiden verlinkt „Vodafone Update“ nicht erst zum Webbrowser, sondern zeigt die Fotos direkt in der App an. Und noch etwas ist neu zum iPad-Start: Erstmals sind mit den **VZ-Netzwerken** die Streams eines deutschen Anbieters eingebunden.

Piroozram liegt das am Herzen: „Lokalisierung kann ein wichtiges Unterscheidungsmerkmal sein. Das verstehen noch viel zu wenige.“ Seine Programmierer haben es mit einer zweigeteilten Welt zu tun. Für anglo-amerikanische Netzbetreiber sind offene API-Schnittstellen selbstverständlich, deren Einbindung somit unproblematisch. In Europa und speziell Deutschland gibt es erst einmal Widerstände, weil man Traffic-Klau durch die Apps befürchtet. „Ein Player



**App als Tor: Vodafone hat sich auf die iPhones der Telekom-Kunden bugsiert**

wie **King**, der jede einzelne App umständlich präautorisieren lässt, beschneidet sich mittelfristig selbst in seiner Entwicklung“, meint Piroozram. Ihm, der Vernetzung und Offenheit als Erfolgsprinzipien verinnerlicht hat, steht das Unverständnis förmlich ins Gesicht geschrieben. Das hat auch mit seiner Historie zu tun. Piroozram beherrscht das klassische IT- und Softwaregeschäft, hat sich aber schon lange davon verabschiedet. Als „kölischer Perser“ – in Teheran geboren, im Kindesalter nach Köln gekommen – brachte er es vom Programmierer-Azubi beim **Kaufhof** zum Gründer des IT-Konzerns **Pironet**. Der Börsengang 2000 und sein Anteilsverkauf 2003 machten ihn zum Millionär.

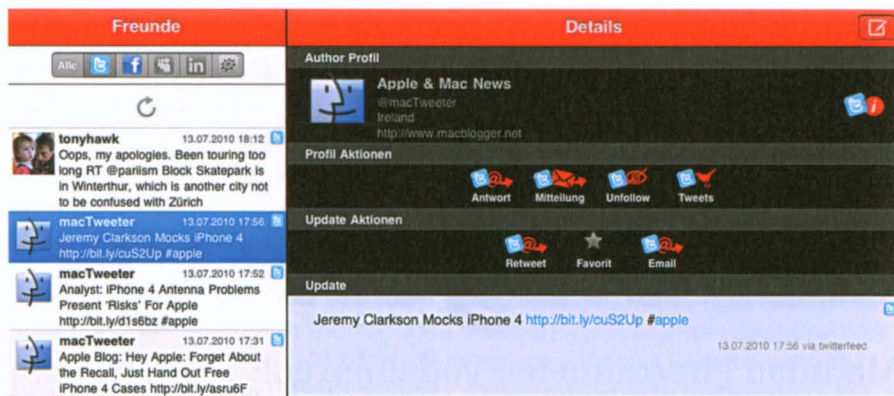
Sein Geld und seine Ideen setzt Piroozram seither äußerst gezielt ein. Ende 2005 – als Investments meist nach dem „Spray & Pray“-Prinzip gestreut wurden und hierzulande kaum einer wusste, was Apps oder Widgets sind – verschrieb er sich als Business Angel genau dieser Sparte. Mit seinem Vehikel iSteps hat er bis heute 3,5 Mio. Euro an Eigeninvestitionen ausgeschüttet, über Syndizierungen mit Partnern von **Hasso Plattner** bis **Dirk Ströer** kamen weitere 6 Mio. Euro zusammen. Zum Portfolio zählen etwa **Feedzilla**, Betreiber eines Mashup-Tools für Nachrichten-Widgets, **Captain Ad**, Entwickler von Widget-Werbeformen, **thanksforaddingme**, Dienstleister für virales Marketing durch Widget-Seeding, **Shoppero**, Anbieter von Social-Commerce-Widgets, **CloudAngels**, techni-

#### WIDGETLABS

### Dienstleister für Apps

- Widgetlabs wurde 2007 in Köln als Portfolio-Unternehmen von iSteps Widget Ventures gegründet. Mit zehn festen Mitarbeitern und einem großen Partner-Netzwerk entwickelt der Dienstleister Apps und Widgets für alle Plattformen
- Hinter der Mutter iSteps steht der Gründer und Investor Mehrdad Piroozram, der sich in seinen Start-ups nicht nur mit Kapital, sondern auch mit Management-Support gegen Equity einbringt
- Der gebürtige Iraner gründete 1995 die Pironet AG, brachte sie 2000 an die Börse und verkaufte 2003 seine Firmenanteile

Quelle: iSteps/Widgetlabs



**Neu auf dem iPad: Die Luxusversion von „Vodafone Update“ bietet mehr Vielfalt in der Darstellung. Die Suchmöglichkeiten für Twitter sind stark ausgeweitet worden**

scher IT-Backend-Dienstleister, oder eben imagelooop und Widgetlabs.

Gerade in der Medienbranche ist der App- und Widget-Entwickler Widgetlabs kein Unbekannter. Für **Axel Springer** haben die Kölner zuletzt den „**Bild.de Desktop**“ gebaut – ein Bildschirm-Widget für PCs und Macs, das dem Nutzer laufend aktualisierte Nachrichten nach personalisierter Vorselektion anzeigt.

## „Apps sind perfekte Eintrittskarten in Markenwelten.“

iSteps-Chef Mehrdad Piroozram

Für **brands4friends**, die Shopping-Community, an der **Holtzbrinck Ventures** beteiligt ist, entstand ein Shopping-Widget zur Einbindung auf anderen Webseiten, für die Telekom-Tochter **ClickandBuy** die Facebook-App „**Buxter**“, mit der Mitglieder des Netzwerks untereinander Geldzahlungen abwickeln oder kostenpflichtige Items in anderen Apps kaufen können. Inzwischen kommen Neukunden verstärkt aus Industrie, Handel, Konsumgüter- oder Finanzbranche. Die Einsicht, dass in Marketing und Vertrieb nicht mehr viel ohne Apps geht, scheint sich durchzusetzen.

„Das beeinflusst massiv die bisherigen Online-Geschäftsmodelle“, sagt Piroozram. „Statt reiner Abrechnung nach Clicks oder Page Views werden Marken-User-Interaktion und User-Engagement immer wichtiger. Apps sind die perfekten Eintrittskarten in Markenwelten bei allen Orientierungen und Kaufentscheidungen des täglichen Lebens.“ Für ihn

belegen das allein schon die Zahlen: 75 Mio. App-Store-fähige Endgeräte und 36 Mio. BlackBerry-Accounts weltweit, 15 Mio. Deutsche, die täglich Facebook nutzen und dort im Durchschnitt mehr als zwei Stunden verbringen. Und nun noch das iPad, von dem Apple bereits über 50.000 Stück am Tag verkauft und in wenigen Wochen bei 100.000 täglich angekommen dürfte. Für Piroozram – das sieht man auf den ersten Blick – ist das schicke Tablet so etwas wie ein Elixier. Emotional, weil er sich als Nutzer ganz schnell selbst in den Weiten eigener und fremder Apps verliert – rational, weil seine Mitarbeiter statt der durchschnittlichen 1,3 MB beim iPhone nun locker bis zu 50 MB in eine iPad-App packen können. Viele neue Möglichkeiten also.

Für Piroozram ist es schon jetzt ausgemachte Sache, dass herkömmliche Webbrowser die längste Zeit als Weg ins Internet gedient haben. Spätestens in fünf bis sieben Jahren, schätzt er, werden Apps und Widgets diese Funktion übernommen haben – auf Handy und Tablet sowieso, aber auch auf dem PC und dem Hybrid-Fernseher. Doch der iSteps-Boss ist kein Freund von blinder Euphorie: „Apps zu haben, weil der Vorstandskollege auf dem Golfplatz auch welche hat, funktioniert als Motivation nur ganz am Anfang.“ Dann müssten sie mit Nutzwert, Usability und Design überzeugen. Oder mal mit Spaß. Für die **Haufe Medien-gruppe** hat Widgetlabs gerade eine App namens „Business-Ausreden“ aufs iPhone gebracht. Für Notfälle aus Kategorien wie Projektpanne, Terminabsage oder Geschäftszahlen liefert sie per Schüttelfunktion jeweils eine passende Ausrede.

Torsten Zarges