

Neofonie-CEO: "Das WeTab ist kein iPad-Killer" Hoffer von Ankershoffen verteidigt Werbewidgets und Frühstart

Wien (pte/15.06.2010/17:20) - Ungeachtet des medialen Fehlstarts rund um die WeTab-Präsentation und Lieferungs-Verzögerungen zeigt sich der deutsche Tablet-Anbieter Neofonie zuversichtlich, die geweckten Erwartungen erfüllen zu können. Anlässlich des von Confare <http://www.confare.at> organisierten Mobility Summit Austria 2010 in Wien war Neofonie-CEO Hoffer von Ankershoffen <http://wetab.mobi> aber auch um Bescheidenheit bemüht: "Das WeTab ist kein iPad-Killer. Es ist vielmehr eine flexible und kostengünstige Alternative zum ebenfalls großartigen iPad".



Neofonie-CEO setzt beim WeTab (vormals WePad) auf Flash, USB und Multitasking (Foto: confare.at)

Fragmentierung des Markts

Beide Geräte würden wie auch andere im Markt zu erwartende Tablets ihre Zielgruppen finden und somit auch ihre Berechtigung haben. Während das iPad ein reines Lifestyle-Produkt sei, biete das WeTab USB-Schnittstellen, Flash-Support und eine offene Plattform. "Anders als im Smartphone-Bereich werden die Computerhersteller nicht drei Jahre zuwarten, um ihre eigene Alternative zum iPad auf den Markt zu bringen. Für uns als kleines deutsches Unternehmen war es daher umso wichtiger, bereits so früh die Aufmerksamkeit auf unsere Entwicklung zu lenken", so Hoffer von Ankershoffen im Exklusivinterview mit presstext am Rand der Veranstaltung.

Dass das Gerät bei der Erstpräsentation aufgrund einer Lieferverzögerung mit Windows 7 statt mit der vorgesehenen Linux-Plattform ausgestattet war, sei sicherlich ein Fehler gewesen, so der Neofonie-CEO. Denn das auf Linux- und Android-Basis aufgesetzte WeTab OS sei auch schon zum damaligen Zeitpunkt voll funktionsfähig auf einem früheren Prototypen im Einsatz gewesen. "Die unreflektierte Darstellung vieler Medien, dass es sich beim WeTab um ein Fantasieprodukt handle, hat jeglicher Grundlage entbehrt", so Hoffer von Ankershoffen.

Werbung kein Kritikpunkt

Die aktuelle Kritik, das WeTab werde mit einigen nicht entfernbareren Werbewidgets ausgestattet, sieht der Neofonie-CEO gelassen. Dabei handle es sich um einige wenige Widgets, die flexibel vom User auf der Benutzeroberfläche angeordnet werden könnten. "In jeder iPad-Applikation, aber auch in jeder Zeitung, jedem Magazin und auf Facebook findet sich heute Werbung. Dadurch kann der Verkaufspreis für das Gerät so niedrig gehalten werden", sagt Hoffer von Ankershoffen.

Auch die Lieferverzögerungen um einige Wochen sei kein Grund zur Beunruhigung. Selbst Apple habe beim iPad mit einem verschobenen Verkaufsstart und Lieferungsschwierigkeiten zu kämpfen gehabt. Bei der Einführung eines derartig neuen Produktes gehöre das nun mal dazu, so der Neofonie-CEO gegenüber presstext. Amazon gibt den Auslieferungsstart aktuell mit 19. September an.

Cross Channel für Verlage wichtig

Als Softwareunternehmen will Neofonie den neu geschaffenen Tabletmarkt ohnehin von verschiedenen Seiten her bearbeiten. Neben dem Tablet-Gerät will Neofonie auch mit seiner crossmedialen Publishing-Lösung WeMagazine punkten. Damit will Neofonie Verlagen ein Instrument in die Hand geben, um ihre Print-Inhalte automatisiert für alle Tablet-Plattformen aufzubereiten. "Die Zeit des fixen Layoutings ist vorbei. Das müssen heute Software-Lösungen übernehmen, die den Content unabhängig vom Ausgabemedium für die entsprechende Displaygröße und Auflösung aufbereiten", erklärt Hoffer von Ankershoffen. (Ende)

Aussender: presstext.austria
Redakteur: Martin Jan Stepanek
email: stepanek@presstext.com
Tel. +43-1-81140-308