

Apple gegen Microsoft

Duell der ungleichen Giganten

Apple eilt voraus, und Microsoft versucht nachzulegen: Das zeigt sich nicht nur bei den Smartphones.

VON FELIX WEBER
wirtschaft@neue-lz.ch

Wer hat die Nase vorn in der IT-Branche? Entscheidend sind nicht Label wie Apple, Microsoft oder Sony – entscheidend sind die Produkte. Und zwar nicht einmal so sehr in technischer Hinsicht, sondern in der Art und Weise, wie sie vom breiten Publikum aufgenommen und von den Anwendern eingesetzt werden. Wie langwierig und schwierig das selbst für einen Technologie-Zampano wie Steve Jobs sein kann, zeigt die Entwicklungsgeschichte des iPhone (siehe Kasten).

Microsoft reagiert spät

Das Smartphone ist ein typisches Beispiel für die IT-Duelle der letzten Jahre: Wenn immer ein Produkt eines Konkurrenten erfolgreich ist, setzt Microsoft alle Hebel in Bewegung, um sich auf dem gleichen Markt ebenfalls in Szene zu setzen. Beim Smartphone wird es diesen Oktober so weit sein: Das von Microsoft-CEO Steve Ballmer vor einem halben Jahr an einer Pressekonferenz in Barcelona angekündigte Windows Phone 7 soll dann in die Verkaufsregale kommen.

Marktbeobachter, die Prototypen testen konnten, bescheinigen, dass Microsoft grundsätzlich ein guter Wurf gelungen sei. Aber dann kommt der Hammer:

Microsoft-Gründer Bill Gates (links) und Apple-Chef Steve Jobs.

ILLUSTRATION BRUNO MUFF



zum eigenen Erfolg legte, war ein Eigen gewächs: Die Microsoft-Gründer Bill Gates und Paul Allen hatten es billig bei einem Dritthersteller eingekauft – samt dem Programmierer.

Dem Office sei Dank

Selbst Windows in seiner modernen Form (ab 1995) ist im Prinzip ein Nachahmerprodukt: Die grafische Benutzeroberfläche wie auch die Maussteuerung wurden nicht in Redmond erfunden, sondern von Ingenieuren der kalifornischen Forschungsstätte Xerox Parc. Kommerziell umgesetzt wurde das revolutionäre Konzept dann 1984 von Steve Jobs mit seinem Apple Macintosh.

Microsofts erfolgreichste Aufholjagd war wohl jene, die Bill Gates lancierte, nachdem sein Unternehmen Mitte der Neunzigerjahre den Start der Internet-Revolution verschlafen und den Browser-Markt der Firma Netscape überlassen hatte. Bis Microsofts eilig nachgelieferter Internet-Explorer endlich vernünftiges Surfen ermöglichte, wurde es allerdings 1998, und der Browser trug die Versionsnummer 3.

Näher am Markt und bei den Anwendern war – und ist – Microsoft mit ihren Office-Produkten: Ohne diese wäre der phänomenale Geschäftserfolg des Unternehmens nicht möglich gewesen. Und hier lief die Sache für einmal umgekehrt: Als Apple Computer Mitte der Neunzigerjahre in massiven Schwierigkeiten steckte, half Microsoft dem Erzrivalen nicht nur mit einer Finanzspritze, sondern auch mit dem Versprechen, weiterhin Office-Software für die Mac-Geräte herzustellen.

Apple als Lifestyle

Die Eroberung der Büros war allerdings nie das Traumziel von Steve Jobs – erst recht nicht, seit er 2000 nach 15 Jahren wieder Apple-CEO wurde. Nach dem Platzen der Dotcom-Blase positionierte Jobs die Firma um – vom PC-Bauer Apple Computer zum Lifestyle-Produkt wie iPod. Auch hier versuchte Microsoft nachzuziehen. In der Produkte-Pipeline ist zudem ein Tablet-Computer. Das Gerät soll Apples iPad Kunden streitig machen.

HINWEIS

► Nächsten Sonntag: Wie Google sich in den Zweikampf zwischen Apple und Microsoft einschaltet. ◀

Der lange Weg zum iPhone

Die Idee, ins Mobilfunkgeschäft einzusteigen, hatte Steve Jobs schon 2004 – schlicht und einfach deshalb, weil er fürchtete, dass Handys mit integrierten Musik-Playern Apple das zusehends wichtigere iPod-Business abgraben würden. Das Ding zu drehen, schien einfach: Die Firma Motorola sollte ein Handy bauen, das mit Musik-Software von Apple ausgestattet war.

Das Mobiltelefon wurde tatsächlich entwickelt, aber das fertige Produkt, das 2005 lanciert wurde, war eine einzige Katastrophe: Das Motorola

ROKR war hässlich zum Ansehen und umständlich zu bedienen. Kurz und schlecht: Das Telefon, das Steve Jobs vorschwebte, verlangte eine komplette Neuentwicklung. Im Januar 2007, nach einem nervenaufreibenden Rennen gegen die Zeit, war es endlich so weit: Steve Jobs konnte sein iPhone an der Macworld präsentieren. Seine herausragenden Eigenschaften: ein einziger Bedientast, Betriebsanleitung überflüssig und Platz für bis zu 1500 Songs, die sich direkt aus iTunes laden lassen. Der Rest ist Geschichte.

fw

«Das Windows Phone 7», schreibt Gizmodo.com, «hat alle nötigen Komponenten eines modernen Smartphones – zumindest jene eines Geräts mit Jahrgang 2009. Doch dem neusten iPhone wie auch den mit Google Android ausgerüsteten Smartphones hinkt das Windows Phone 7 mindestens eine Generation hinterher – nicht nur bezüglich Marktpräsenz, sondern auch bezüglich Funktionalität und Vielfalt der Anwendungsprogramme.»

Tatsächlich ist Microsofts neues Mobilsystem sogar noch restriktiver als sein (nicht erfolgreicher) Vorgänger Windows Mobile 6.5. Smartphone-Hersteller wie HTC zum Beispiel können die von Windows vorgegebene Benutzeroberfläche nicht mehr modifizieren. Zudem ist Multitasking auf dem Windows Pho-

ne 7 nur sehr eingeschränkt möglich – ein Kritikpunkt, der bisher das iPhone betraf, aber mit dessen Update aus dem Weg geräumt wurde. Bleibt die Frage, ob es Microsoft gelingen wird, den Rückstand auf die Konkurrenz einzuholen. Die Antwort von Gizmodo ist sibyllinisch: «Es ist eine schier unlösbare Aufgabe. Doch wenn eine Firma das schafft, so kann es nur Microsoft sein.»

Damit spielen die Marktbeobachter auf die verschiedenen Aufholjagden an, die der Software-Gigant aus Redmond in der Vergangenheit gestartet hat. Oder besser gesagt: starten musste. Denn Microsoft gehörte nie zu den grossen Innovatoren der IT-Branche. Nicht einmal ihr erstes Betriebssystem MS-DOS, das die Firma 1980 dem Branchenriesen IBM lieferte und damit den Grundstein