



KURITA KAGU

Präsentation der Spielekonsole „XBox“ (in Tokio): Kampf gegen das Monster-Image

SOFTWARE

Griff nach der Weltherrschaft?

Bill Gates und Steve Ballmer drehen auf: Nach dem gescheiterten Monopolverfahren greift das Führungsduo von Microsoft wieder an – lautstark wie immer, aggressiv wie nie.

Neulich kam Jeff Raikes, Herr über 5000 Angestellte und 20 Milliarden Mark Umsatz beim mächtigsten Software-Konzern der Welt, nach Hause und wurde von seiner Tochter am Ärmel gezupft. „Papa, bist du böse?“, fragte das Kind. „Natürlich nicht“, sagte Raikes verblüfft. „Warum fragst du das?“ „Im Fernsehen sagen sie, dass Microsoft gefährlich sei und dass alle, die dort arbeiten, etwas getan haben, was sie nicht hätten tun dürfen.“

Raikes erzählt diese Geschichte mit erstaunlichem Gleichmut, so, als läge sie Jahre zurück. Nach der Erklärung der US-Regierung, die Firma nicht mehr zerschlagen zu wollen, wird in Seattle aufgedreht wie zu alten Zeiten – ideenreich, lautstark und aggressiv. Raikes spricht viel von „Hingabe“ und „Leidenschaft“, wenn er von sich und seiner Firma redet.

Vielleicht war alles ja nur ein großes Missverständnis: die Anklage der US-Regierung wegen „ungesetzlicher“ Geschäfts-

praktiken; das Urteil von Richter Thomas Penfield Jackson, der die Microsoft-Manager mit Mafia-Mitgliedern verglich; die Entscheidung des Appeal Court, die Firma habe ihr Monopol wiederholt zum Schaden der Konkurrenz missbraucht.

Derzeit läuft die größte Produktoffensive der Microsoft-Geschichte, so, als wolle der Konzern die Gerichtsakten mit seinen Quellcodes überschreiben. Begonnen hat sie mit „Office XP“, einer vollständig überarbeiteten Version der Bürosoftware, die mit fast zehn Milliarden Dollar die wichtigste Einnahmequelle des Konzerns ist.

Es folgte die Ankündigung, künftig auch Spielekonsolen, „XBox“ genannt, an die Kinder dieser Welt auszuliefern – ein Multimillionendollargeschäft, das bisher die Unterhaltungsriesen Sony und Nintendo unter sich aufteilten.

Am Donnerstag dieser Woche soll der große Paukenschlag kommen: die Markteinführung von Windows XP, dem neuen Betriebssystem für alle Personal Computer.

Rund eine Milliarde Dollar hat seine Entwicklung gekostet. Und wenn man der Konkurrenz glauben kann, dann wird das Programm dafür sorgen, dass die Firma aus Seattle bald nicht nur den Markt mit Computersoftware kontrolliert, sondern auch das Internet und damit die Nervenstränge des Informationszeitalters.

Denn das neue Basisprogramm bietet praktischerweise gleich eine Vielzahl von Zusatzfunktionen, die eine Reise durch das Datennetz zu einem kurzweiligen Trip machen – einen so genannten Mediaplayer, mit dem man Musik und Filme auf die Festplatte laden kann; eine spezielle Software, die den Einkauf im Netz erleichtert; einen Browser, der einen in Sekundenschnelle an jeden Platz im Web transportiert.

Die Arme des Kraken Marktpositionen der Microsoft-Produkte und künftige Expansionsfelder

PC-BETRIEBSSYSTEME

Windows, Windows NT

verkaufte Einheiten 2000

91%

BÜRO-SOFTWARE

Microsoft Office

Textverarbeitung, Tabellenkalkulation u. a.; Marktanteil Mai 2001

92%

MICROSOFT-MOBILFUNK-SOFTWARE

Stinger, Mobile Explorer

Minderheitenanteil am Handy-Hersteller Sendo

bisheriger Marktanteil des Symbian-Standards (Siemens, Sony, Nokia u. a.) bei Handys:

70%

30%

andere Systeme

SPIELEKONSOLEN

XBox

Jahresumsatz Videospielekonsolen 2001: 18 Milliarden Dollar – Ende 2003 soll das Volumen 40 Milliarden Dollar betragen

800 000

XBoxen will Microsoft bis zum Jahresende verkaufen



180 Millionen Spielekonsolen weltweit werden für 2004 prognostiziert

SERVER-BETRIEBSSYSTEME

SQL-SERVER Windows NT Server

verkaufte Einheiten 2000

41%

INTERNET-BROWSER

Internet Explorer

Privatanwender; Mai 2001

66%

E-COMMERCE

Expedia

Online-Buchungen bei Reisebüros 2000

25%

INSTANT MESSAGING*

Nutzer Mai 2001

Microsoft MSN Messenger

18,4 Mio.

AOL Instant Messenger

25,5 Mio.

Yahoo Messenger

11,8 Mio.

* Kommunikation in Echtzeit

All diese appetitlich verpackten Navigationshilfen stammen aus den Forschungslabors von Microsoft, alle sind im Kaufpreis inklusive. Und eben das, sagen die Microsoft-Gegner, sei das Problem: Warum soll noch jemand ein Konkurrenzprodukt wählen, wenn er die Internet-Software aus Seattle frei Haus geliefert bekommt?

So leben die alten Ängste neu auf. „The beast is back“ titelte das Wirtschaftsmagazine „Fortune“. Die „New York Post“ bringt regelmäßig einen Abreißkalender, der die Tage bis zur Einführung von Windows XP zählt – „Countdown zur Weltherrschaft“ nennt das Blatt den Service.

Nichts, so scheint es, kann den Software-Giganten in seinem Expansionsdrang aufhalten. Auf gut 95 Prozent der Personal Computer läuft heute ein Windows-Programm, fast jeder neu ausgelieferte PC ist mit einem Microsoft-Betriebssystem aus-



JOHN GURZINSKY / AFP / DPA

Microsoft-Gründer Gates

„Noch nie so viel Optimismus“

gestattet. Mehr als zwei Drittel der Computerbesitzer benutzen beim Gang ins Web den Internet-Explorer aus Seattle.

Und Gates will mehr. Er will Zugang zu den Kabelnetzen, den Datenbanken, den Telefondiensten. Vor wenigen Wochen erst hat er sich bei der britischen Handyfirma Sendo eingekauft, um die Entwicklung so genannter Smartphones voranzutreiben, mit denen man nicht nur Töne, sondern ganze Datenpakete empfangen kann. Und schon arbeiten seine Programmierer am nächsten Schritt: einer Software, die jederzeit an jedem Ort in jedem Gerät einsetzbar ist, im Taschencomputer, im Auto, in der Mikrowelle oder im Fernseher.

Wenn Gates und seine Manager aus dem Rechtsstreit eines gelernt haben, dann, dass sich Kompromisslosigkeit auszahlt. „Geräusch“ nennen sie bei Microsoft die Kritik, die jede Ankündigung aus Seattle umsummt. Das ist nicht einmal verächtlich gemeint, es klingt eher wie eine Zustandsbeschreibung.

Sicher, die Firma steht weiterhin unter Überwachung wie ein auf Bewährung entlassener Serientäter. Noch immer sind ganze Hundertschaften von Juristen mit der Abfassung neuer Schriftsätze, Eingaben und Klagezurückweisungen in dem juristischen Stellungskrieg beschäftigt, der ins siebte Jahr geht.

Doch die Allianz der Verfolger hat an Elan verloren. Die neue Regierung unter

Präsident George W. Bush will ihren Frieden machen mit der Firma, die für die US-Ökonomie so wichtig ist wie kaum eine andere. Spätestens seit dem 11. September sind starke Unternehmen gewünscht.

Man kann nicht sagen, dass Microsoft seine Geschäftspolitik geändert hätte. Wieder klagen die Computerhersteller, sie würden aus Seattle unter Druck gesetzt, die Angebote des Software-Konzerns gut sichtbar zu platzieren. Als Branchenriese Compaq kürzlich mit dem Internet-Dienst AOL übereinkam, dessen Service auf der Startseite zu verankern, verlangte Gates, dass dort dann drei Microsoft-Symbole aufleuchten müssten.

Erst allmählich merken die Verantwortlichen in Seattle, dass über die Zukunft ihrer Firma nicht nur in Gerichtssälen entschieden wird. Juristische Auflagen lassen sich wegverhandeln, umgehen oder ignorieren. Schwerer wiegt der Imageschaden.



Microsoft-Chef Ballmer

Die Welt in Gut und Böse klar geschieden

Es bekommt keiner Firma auf Dauer gut, wenn die Leute Angst vor deren Macht haben, wenn sie als arrogant und rücksichtslos gilt. So leicht den Microsoft-Ingenieuren die Lösung technischer Probleme fällt, so schwer tun sie sich, angemessen auf besorgte Fragen des Publikums zu reagieren.

Um sympathischer zu erscheinen, veranstalten sie Leistungsschauen, in denen sie die neuesten Produkte aus ihren Forschungslabors vorführen, Computer, die hören und sprechen können und die Gesichter ihrer Besitzer erkennen. So, als könnte die Vermenschlichung des Computers beweisen, dass es keinen Grund gibt, seinen Lehrmeistern zu misstrauen.

Bis heute haben die meisten Angestellten von Microsoft nicht verstanden, warum sich das Erscheinungsbild der Firma so verdüstert hat. Selbst einfache Programmierer sprechen mit geradezu sektenhafter Begeisterung davon, wie wertvoll ihre Arbeit sei. „Wir wollen die Welt verändern“, sagen sie. „Wir wollen dazu beitragen, sie zu einem besseren Platz zu machen.“

„Campus“ nennen die Microsoft-Mitarbeiter die Firmenzentrale im US-Staat

Washington, und es ist ein seltsam idyllischer Ort, den Gates und sein Freund, der heutige Vorstandschef Steve Ballmer, dort erschaffen haben. Die zweistöckigen, lichtdurchfluteten Bürogebäude stehen inmitten von Kiefernainen. Es gibt Baseballfelder, eine große Liegewiese und kleine Springbrunnen. Die Kantine bietet vorzugsweise fettarme, ballastreiche Kost – Salat, Obst und viel Gemüse.

Vor allem ist es eine sehr übersichtliche Welt, in der Gut und Böse klar geschieden sind. Da sind zunächst die Millionen Computerbesitzer, dankbar, wenn man ihr Leben etwas einfacher macht. Es gibt die Entwickler und Programmierer von Microsoft, die genau das versuchen. Und dann sind da die Nörgler und Neider, wie sie in Seattle die Konkurrenz nennen.

Theoretisch, und darauf weist die Firma immer wieder hin, kann sich jeder Internet-Nutzer die Produkte der Konkurrenz herunterladen wie etwa den Browser von Netscape oder den Messenger-Service von AOL. Doch das ist natürlich mühsam, weshalb sich in der Praxis eben die meisten Windows-Kunden der kostenlos mitgelieferten Voreinstellungen bedienen.

Der wichtigste Verbündete von Microsoft war stets die Bequemlichkeit des Konsumenten. Die Idee, die Bedienung eines PC so einfach wie möglich zu machen, begründet den Erfolg des Unternehmens, und dieses Versprechen prägt auch das Projekt, das den Namen „Hailstorm“ trägt (zu Deutsch Hagelsturm).

Im Mittelpunkt steht ein gewaltiger, zentral gewarteter Datenspeicher, der alles aufnimmt, was die Internet-Nutzer dort niederlegen – Terminplaner, Adressbücher, Kreditkartennummern –, und den sie jederzeit von überall anzapfen können.

Erstmals könnten Computer auch untereinander kommunizieren, jedenfalls in den Planspielen von Leuten wie Charles Fitzgerald, bei Microsoft für die so genannte Dot.Net-Strategie verantwortlich. „Wer beispielsweise einen Zahnarzttermin braucht“, beschreibt Fitzgerald die Zukunft des Internet, „muss nicht mehr bei der Sprechstundenhilfe anrufen, sondern gewährt dem Arzt Zugang zu seinem Terminkalender.“

Die eigentliche Bedeutung der neuen Internet-Software liegt in ihrem universellen Charakter. Hailstorm ist für die Microsoft-Entwickler das, was Windows heute für die PC-Welt ist: ein einheitlicher, weltbeherrschender Standard, dessen sich jeder bedienen muss. Nicht weil Microsoft die Wirtschaft gezwungen hätte, den neuen Service zu abonnieren, sondern weil die Konsumenten von einer Firma erwarten, dass sie an Hailstorm angeschlossen ist.

„Wir haben noch nie mit so viel Optimismus in die Zukunft gesehen wie gerade jetzt“, sagt Bill Gates und lächelt. Da kann ihm derzeit wohl niemand widersprechen.

JAN FLEISCHHAUER