

Goldenes Internet

Kapitel 7: Der Kampf zwischen Google und Microsoft

Copyright © by V. Miszalok, last update: 22-03-2008

Kampf der Giganten

Die Internet-Werbung bringt mehr Geld ein als jedes Erdölfeld. Kein anderes Geschäft erzeugt bei minimalen Investitionen solche Gewinne und solchen Reichtum in so kurzer Zeit. Aus der Internet-Werbung entstehen jetzt unter unseren Augen die globalen Kapital-Imperien des 21. Jahrhunderts.

Diese Tatsache versetzt Kapital und Börse in einen Rausch wie 1520 nach der Entdeckung des Azteken- und Inka-Goldes (siehe: [Hernan Cortes](#)) und wie 1850 nach den [Goldfunden](#) in Kalifornien, am Colorado und am Klondike.

Spektakulär wird der Kampf um die Vorherrschaft zwischen Google, dem jugendlichen Herausforderer und Microsoft, dem schwerfälligen Platzhirschen.

Man weiß, dass der Kampf sich noch in der Anfangsphase befindet, dass er schnell eskalieren und sich innerhalb der nächsten 2 bis 3 Jahre entscheiden wird.

Nur der Sieger wird überleben, zu ihm wird die Börse und alles fähige Personal überlaufen.

Google, der jugendliche Herausforderer:

1998 haben zwei Informatik-Studenten die Idee, dass eine Seite im Internet wohl dann wichtig ist, wenn andere Seiten auf sie verlinken. Sie programmieren eine Suchmaschine und da deren Trefferquote gut ist, wird sie populär.

2002 kommt ein smarterer Betriebswirt auf die Idee, dass eine Suchmaschine durch passive Bestechung viel Geld verdienen könnte. Der Bestechungsvorgang wird automatisiert (AdWords) und erweist sich als Gelddruckmaschine.

2007 verdient Google mehr Geld als Microsoft und wird zum Star. Börsenwert und Gewinn explodieren.

Wer im Internet Geld verdienen will, wirbt und verbündet sich mit Google. Google wird größtenwahnsinnig und greift Microsoft an.

Microsoft, der gefesselte Gigant:

Microsoft Windows beherrscht 90% aller Computer. Der Kampf wäre bereits entschieden, wenn Microsoft alle Internet-Dienste und deren Werbeflächen in Windows integrieren würde. Aber die US- und die EU-Kartellbehörden haben dem Monopolisten eine Hand auf den Rücken gebunden. Microsoft darf in Windows weder einen alternativlosen Browser, geschweige denn eine Suchmaschine oder ein Social Network integrieren. Sie müssen der Konkurrenz sogar das Wissen (=die Schnittstellen) übergeben, wie man fremde Internetprodukte auf Windows aufpfropft.

Das bedeutet, dass Microsoft seine wesentliche Stärke nicht nutzen darf, sondern so um den Internet-Werbemarkt kämpfen muss, als würde gar kein Windows existieren.

Microsoft, der kurzsichtige Gigant:

Obwohl Microsoft wahrscheinlich die besten Informatiker, schlauesten Marketingexperten und raffiniertesten Juristen Amerikas beschäftigt, verpasst der Riese regelmäßig den frühzeitigen Einstieg in die Goldgruben des Internet. Microsoft ist einfach zu groß für schnelle Entscheidungen und geschmeidiges Auftreten im Angesicht neuer Trends. Oder vielleicht führt schiere Größe unvermeidlich zu gefährlicher Arroganz gegenüber neuen Ideen.

Fehlerliste:

bis 1995: Microsoft ignoriert das Internet und reagiert nicht auf [Netscape Navigator](#).

bis 1998: Microsoft erkennt nicht, dass die Suchmaschine der zentrale Schlüssel zum Internet wird.

bis 2002: Microsoft erkennt nicht, a) welche Goldgrube Internet-Werbung ist und b) dass eine Suchmaschine der ideale Werbeträger ist.

bis 2005: Microsoft erkennt die Bedeutung der Sozialen Netzwerke nicht und bietet nichts für MySpace.

bis 2007: Microsoft erkennt die Zukunft von Mark Zuckerbergs Facebook nicht.

Die Bündnissysteme:Die Google Partei:

1. OpenSocial → Googles Werbeplattform vereint MySpace, Xing, Bebo, Orkut, Hi5, LinkedIn mit zusammen 200 Mio Teilnehmern.
2. Adobe → kämpft ums Überleben gegen Microsoft.
3. Sun, Oracle, Silicon Graphics → die alten Erzfeinde von Microsoft

Die Microsoft Partei:

1. Yahoo → hat den Kampf gegen Google verloren und wird von Microsoft aufgekauft.
2. Facebook → Shooting Star der Social Networks mit 50 Mio Teilnehmern.

Die Neutralen:

1. Apple → tendiert eher zu Microsoft.
2. Intel, AMD, IBM, SAP → spielen Desinteresse am Werbemarkt.

2008: Der Kampf um Yahoo

Yahoo hat schlechte Geschäfts-Zahlen, muss Tausende entlassen und hat damit den Kampf gegen Google endgültig verloren. Der Börsenkurs fällt. Microsoft sieht eine Chance, endlich im Internet Fuß zu fassen und bietet den Yahoo-Aktionären gegen den Willen des Vorstandes einen Preis, der 60% über dem Börsenkurs liegt = 44,6 Mrd \$.

Microsoft geht damit hohe Risiken ein und setzt seine Zukunft aufs Spiel:

- 1) Der Kaufpreis ist so doppelt so hoch wie Microsofts Geldreserven.
- 2) Yahoos Portal- und Mail-Software basiert auf [FreeBSD](#), Java und PHP und ist veraltet und kaum integrierbar.
- 3) Die Massive-Parallel-Computing-Software der Serverfarmen basiert auf [Hadoop](#), das von Google stammt.
- 4) Ca. 10% der technischen Elite von Yahoo hasst Microsoft und wird abwandern.
- 5) Microsoft muss ca. 12.000 Yahoo-Angestellte in seinen Bestand von 84.000 integrieren.

Es gibt zwei Optionen:

- a) Von Yahoo portiert man zunächst nur wenig auf Microsoft Windows: Yahoo-Mail, Instant Messaging und das Werbegeschäft. Ansonsten verwandelt Microsoft sich zu einem Multiplattform-Anbieter und -Betreiber inklusive Linux-Server, Open-Source-Software, PHP.
- b) Microsoft lässt keinen Stein auf dem anderen und schreibt alles neu.

Prognose von Prof. Miszalog: Option a) kommt und das wird interessant.

Siehe auch International Herald Tribune vom 18.02.2008: [Clashing cultures](#).

Google will und kann Yahoo nicht kaufen, weil es Yahoo nicht braucht und weil die US-Kartellbehörden wegen Googles marktbeherrschender Stellung eine Übernahme nicht zulassen würden.

Deshalb verlegt Google sich darauf, den Kaufpreis hochzutreiben und gleichzeitig den inneren Wert von Yahoo zu zerstören und eröffnet folgende Schlammschlacht:

- 1) Presse-Kampagne: Microsoft sei ein vorbestrafter krimineller Monopolist, der das Internet an sich reißen und zerstören wird.
- 2) Politik-Kampagne: Die Kartellbehörde sei zu lasch gegen Microsoft..
- 3) strategisch: Google bietet Yahoo eine "Partnerschaft" als nominell selbstständiger Satellit.
- 4) personell: Google lockt prominente Yahoo-Deserteure an.
- 5) finanziell: Google bietet dem Yahoo-Vorstand unbegrenzt Geld und Rechtsberatung für den Abwehrkampf.

Prognose von Prof. Miszalog: Google kann die Übernahme nicht verhindern, treibt aber Microsofts Kosten hoch.

Neu: Kurswechsel um 180 Grad ?

Microsoft verkündet am 21. Feb. 2008 eine [Sensation](#): Man werde die Schnittstellen und Protokolle zu Vista, .NET Framework, Office 2007 etc. kostenlos für jedermann offenlegen und werde mit den Open Source Communities über Zusammenarbeit reden. Um dieses zäh verteidigte Insiderwissen hatte die Konkurrenz (und das sind fast alle) seit 20 Jahren gekämpft.

Wer ist wer bei Microsoft ?

CEO	Steve Ballmer
Chief Software Architect	Ray Ozzie
Chief Technical Officer	Craig Mundie
Entertainment & Devices	Robert Bach
.NET und C# Entwicklung	Anders Hejlsberg